جامعة الشرق الأوسط
MIDDLE EAST UNIVERSITY

دور وسائل الإعلام الإلكترونية وكالة الأنباء الكويتية "كونا" نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت

إعـداد

نجم عبدالله الشمري

الرقم الجامعي (400820134)

إشــــراف

الأستاذ الدكتور

عبد الرزاق الدليمي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

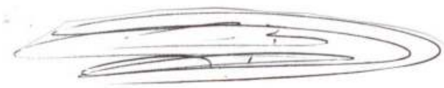
جامعة الشرق الأوسط

يوليو / 2011 م

تفويض

أنا الموقع أدناه "نجم عبدالله الشمري" أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات الجامعية أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: نجم عبدالله الشمري

التوقيع: 

التاريخ: 20 / 8 / 2011 م

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها :

دور وسائل الإعلام الإلكترونية وكالة الأنباء الكويتية "كونا" نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت

وأُجيزت بتاريخ 31 / 7 / 2011 م

أعضاء لجنة المناقشة		الجامعة	التوقيع
الأستاذ الدكتور عبد الرزاق محمد الدليمي	**رئيساً ومشرفاً**	الشرق الأوسط	....
الدكتور كامل خورشيد مراد	**عضواً**	الشرق الأوسط	....
الأستاذ الدكتور تيسير أحمد أبو عرجه	**عضواً خارجياً**	جامعة البترا	....

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين.

أما بعد:

الحمد لله أولاً، أشكرك ربي على نعمك وفضلك الذي مننت علي بأن وفقتني لإنجاز هذه الرساله. وبكل الوفاء وصادق العرفان وعظيم الامتنان أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي، الذي أحاطني بكل رعايه وتوجيه حكيم، مما كان له عظيم الأثر في إثراء معارفي لاستكمال هذا العمل.

كما أتقدم بالشكر والتقدير للأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة على جهدهم ولما منحوني من وقتهم الثمين لمناقشة وتحكيم هذا العمل المتواضع وتقديم الملاحظات والتوجيهات التي ستسهم في اثرائه. كذلك أتقدم بالشكر والامتنان إلى كل من كان له جهد في سبيل اتمام هذا العمل فله مني الشكر والتقدير ولكل شخص أسهم في إخراج هذه الرساله إلى حيز الوجود.

لهم مني جميعا تحية إكبار وتقدير ....

نجم عبدالله الشمري

الإهداء

أهدى هذا الجهد والعمل إلى ....

الكويت الحبيبة

والداي جزاهما الله خير الجزاء

زوجتي وجميع أفراد أسرتي الذين كان لهم الدور الكبير في إتمام هذه الدراسة وفقهم الله في حياتهم وأدعو الله العلي القدير أن يحفظهم من كل مكروه

الحاضر الغائب من كان له الفضل بمساعدتي في إتمام هذا العمل

نجم عبدالله الشمري

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
تفويض	ب
قرار لجنة المناقشة	ج
شكر وتقدير	د
الإهداء	هـ
قائمة المحتويات	و
قائمة الجداول	ط
قائمة الملاحق	ك
الملخص باللغة العربية	ل
الملخص باللغة الإنجليزية	ن
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	1
(1-1): تمهيد	2
(1-2): مشكلة الدراسة	7
(1-3): أهداف الدراسة	9
(1-4): أهمية الدراسة	9
(1-5): أسئلة الدراسة فرضياتها	10
(1-6): حدود الدراسة	13
(1-7): محددات الدراسة	13
(1-8): التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة	13

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
الفصل الثاني : الإطار النظري والدراسات السابقة	16
(2-1) : المقدمة	17
(2-2) : الإعلام ووسائله	18
(2-3) : الإعلام الإلكتروني	43
(2-4) : المواطنة	47
(2-5) : وكالة الأنباء كونا	57
(2-6) : النظريات المستخدمة في الدراسة الحالية	63
(2-7) : الدراسات السابقة العربية والأجنبية	71
(2-8) : ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة	78
الفصل الثالث : منهجية الدراسة ـ الطريقة والإجراءات	79
(3-1) : المقدمة	80
(3-2) : منهج الدراسة المتبع	80
(3-3) : مجتمع الدراسة وعينتها	81
(3-4) : المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة	82
(3-5) : أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات	84
(3-6) : المعالجات الإحصائية المستخدمة	84
(3-7) : صدق أداة الدراسة وثباتها	85

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
الفصل الرابع : نتائج التحليل واختبار الفرضيات	87
(4-1): المقدمة	88
(4-2): التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الدراسة	88
(4-3): اختبار فرضيات الدراسة	100
الفصل الخامس : الاستنتاجات والتوصيات	111
(5-1): المقدمة	112
(5-2): النتائج	112
(5-3): الاستنتاجات	113
(5-4): التوصيات	114
قائمة المراجع	115
أولاً: المراجع العربية	116
ثانياً: المراجع الأجنبية	119
قائمة الملاحق	121

قائمة الجداول

الفصل ـ الجدول	الموضوع	الصفحة
3ــ 1	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديمغرافية	83
4ــ 1	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t لقيم الانتماء لدى العاملين في وكالة الأنباء الكويتية كونا	89
4ــ 2	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t لقيم الولاء لدى العاملين في وكالة الأنباء الكويتية كونا	92
4ــ 3	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t لقيم الهوية لدى العاملين في وكالة الأنباء الكويتية كونا	94
4ــ 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t لقيم المساواة لدى العاملين في وكالة الأنباء الكويتية كونا	96
4ــ 5	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t لقيم العدالة لدى العاملين في وكالة الأنباء الكويتية كونا	97
4ــ 6	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t لقيم الديمقراطية لدى العاملين في وكالة الأنباء الكويتية كونا	99
4ــ 7	نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت	100
4ــ 8	نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الانتماء في دولة الكويت	102

قائمة الجداول

الفصل ـ الجدول	الموضوع	الصفحة
4ــ9	نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الولاء في دولة الكويت	104
4ــ10	نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الهوية في دولة الكويت	105
4ــ11	نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم المساواة في دولة الكويت	107
4ــ12	نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم العدالة في دولة الكويت	108
4ــ13	نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الديمقراطية في دولة الكويت	110

قائمة الملاحق

رقم الملحق	الموضوع	الصفحة
1	قائمة بأسماء المحكمين	122
2	أداة الدراسة (الاستبانة)	123

دور وسائل الإعلام الإلكترونية "وكالة الأنباء كونا" نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت

إعـداد

نجم عبدالله الشمري

الرقم الجامعي (400820134)

إشراف

الأستاذ الدكتور

عبد الرزاق الدليمي

الملخص باللغة العربية

هـدفت الدراسـة الحالية إلى بيان دور وسائل الإعـلام الإلكترونية "وكالـة الأنبـاء كونـا" نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت. ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم الحصول على البيانات الأولية من مفردات عينة الدراسة في ضوء استمارة استبيان تم تصميمها لهذا الغرض. إذ تكونت عينة الدراسة من (180) مفردة. وفي ضوء ذلك جرى جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات. وبعد إجراء عملية التحليل لبيانات الدراسة وفرضياتها توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أبرزها: وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية /وكالة الأنباء الكويتية "كونا" نموذجاً في تعزيز قيم الانتماء في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$). ووجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية "كونا" نموذجاً في تعزيز قيم الولاء في دولة الكويت

عند مستوى دلالة ($\alpha \le 0.05$). ووجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية "كونا" نموذجاً في تعزيز قيم الهوية في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \le 0.05$). ووجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية "كونا" نموذجاً في تعزيز قيم المساواة في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \le 0.05$). ووجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية "كونا" نموذجاً في تعزيز قيم العدالة في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \le 0.05$). ووجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية "كونا" نموذجاً في تعزيز قيم الديمقراطية في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \le 0.05$).

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات أبرزها :

1. الاهتمام اكثر بوسائل الإعلام الإلكتروني في وكالات الأنباء الكويتية لأهميتها في تناقل الأفكار والقضايا ذات الصفة الشرعية.
2. غرس ثقافة المواطنة بين المواطنين والجماعات في دولة الكويت التي تتمتع بديموقراطية حديثة وذلك من خلال توضيح مضامينها.

ABSTRACT

The Role of electronic media “news agency KUNA” model in enhances citizenship concepts at Kuwait State

Prepared by
Najim AL-Shemeri
University No. (400820134)

Supervisor
Prof. Dr.
Abdul Razaq AL-Dulaimi

This study aimed to investigate the role of electronic media “news agency KUNA” model in enhances citizenship concepts at Kuwait State. In order to achieve the objectives of the study, the researcher designed a questionnaire to gather the primary information from the study sample which consisted of (180). The statistical package for social sciences (SPSS) and Statistica were used to analyze and examine the study hypotheses. The main conclusions of the study were: There is a role of electronic media “news agency KUNA” model in enhances belonging Values at Kuwait State at level ($\alpha \leq 0.05$). There is a role of electronic media “news agency KUNA” model in enhances Loyalty Values at Kuwait State at level ($\alpha \leq 0.05$). There is a role of electronic media “news agency KUNA” model in enhances Identity Values at Kuwait State at level ($\alpha \leq 0.05$). There is a role of electronic media “news agency KUNA” model in enhances equality Values at Kuwait State at level (α

≤ 0.05). There is a role of electronic media “news agency KUNA” model in enhances jutice Values at Kuwait State at level ($\alpha \leq 0.05$). There is a role of electronic media “news agency KUNA” model in enhances democracy Values at Kuwait State at level ($\alpha \leq 0.05$).

The main recommendations of the study were:

1. Pay more attention to electronic media and Kuwaiti news agencies for their importance in transmission of ideas and issues of legalization.
2. Instilling a citizenship culture between citizens and groups in the State of Kuwait, which has a modern democracy and that by clarifying its content?

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

(1 - 1): تمهيـــد

(1 - 2): مشكلة الدراسة

(1 - 3): أهداف الدراسة

(1 - 4): أهمية الدراسة

(1 - 5): أسئلة الدراسة وفرضياتها

(1 - 6): حدود الدراسة

(1 - 7): محددات الدراسة

(1 - 8): التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

(1-1) : تمهيـــــد

يمثل قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في نظر العديد من المفكرين وصانعي السياسات ورجال الأعمال فرصة ذهبية للدول النامية إذا ما أحسن استغلالها وتوظيفها، من أجل تحقيق التنمية بكافة أشكالها، فقد احتلت وسائل الإعلام الإلكترونية في الآونة الأخيرة، مكاناً مرموقاً بين المقاييس التي تشير إلى مستوى الحضارة والتقدم في أي بلد من بلدان العالم، فهي تشكل قوةً مستقلةً في المجتمع، ولقد أدركت الحكومات الدور الفعال والكبير لوسائل الإعلام الإلكترونية، نتيجة القوة المؤثرة لها، وقدرتها على تهيئة الرأي العام في المجتمع وتحريكه واستقطابه من أجل الدفاع عن الوجهة المطلوبة منه، فلذلك أعطتها اهتماماً كبيراً. وتقوم وسائل الإعلام الإلكترونية اليوم بدور غير مسبوق بشأن مسألة المواطنة. إذ تتمتع بقدرات هائلة على تثقيف المواطنين المحليين، إذ تعمل كمحور أساس في نشر المعرفة، ولأن الإنترنت يعمل على إتاحة الفرصة لتعزيز القدرات وتحقيق التكامل الرقمي، فإن نشر المعلومات والمعرفة لن يؤتي ثماره إلا إذا تمكن أغلبية الناس من الانتفاع بهذه التكنولوجيات فالفجوة الرقمية والمعرفية تسهم في تفاقم عدم المساواة ولا بد لنا من إيجاد سبل لسد هذه الفجوات لضمان القضاء على الفقر من خلال التنمية الاجتماعية والبشرية.

وبرز الإنترنت ثورة عالمية تضاهي - إن لم تفق - الثورة الصناعية وما نراه الآن من استخدام الإنترنت في مختلف مناحي حياتنا ما هو إلا قمة الجبل الجليدي الغائر في أعماق المحيط،

والقادم أكبر وأعظم سيبز بالتأكيد كل تصورات جيلنا والأجيال القريبة منه، فالانترنت بيت في الفضاء مسموح لكل راغب في بناء حجرته الخاصة ضمن هذا البيت بل ربما بناء «ملحق» إن جاز لنا التعبير، كامل له، يحدد هو مساحته ومحتواه، والخيار متاح للإضافة متى شاء وكيفما يشاء، شرط أساسي في هذا البناء أن تكون الغرفة أو البناء بأكمله من زجاج شفاف يطلع عليه من يرغب في أي وقت يريد، بل أن قيمة هذا البناء تكمن في كثرة زواره ومدى استفادتهم من هذه الزيارة، كما تتميز المواقع (الأبنية) عن بعضها بعضاً بقدرتها في إغراء الزوار المطلوبين ليس للزيارة فحسب بل مدى رغبتهم على معاودة الزيارة (الدليمي "ج"، 2011).

وتسهم جميع الآراء على أهمية الدور الكبير الذي تشغله وسائل الإعلام الإلكترونية في حياة الأفراد والجماعات، وبمدى تأثيرها على شؤونهم الحياتية، والاقتصادية، والاجتماعية، والحضارية، وفي إثراء المخزون المعرفي، وتوسيع مساحة الإدراك لديهم، فوسائل الإعلام الإلكترونية تعد المصدر الأساسي للغذاء الفكري، والروحي، والتربوي، والحضاري، وتشكل حيزا كبيرا من اهتمامهم (أبو عرجه، 2000).

ومن هنا فلا بد من إدراك الدور الكبير والهام لوسائل الإعلام الإلكترونية، خصوصاً في ظل التقدم التقني والتكنولوجي، وثورة المعلومات وذلك بتوظيفها واستغلالها بطريقة حسنة سواء أكانت مقروءة أم مسموعة، إذ إن الاستغلال الأمثل لها يساعد على توضيح الرؤى، وإمداد الجمهور بالمعلومات والحقائق والخبرات، وتؤهلهم في بلورة أفكارهم وآرائهم

أمام مستجدات الأمور ليتخذوا المواقف الملائمة والمنطقية التي تؤدي إلى ازدهار بلادهم ونموها وتطورها(شحاته ، 2001).

وتقوم وسائل الإعلام الإلكترونية بأدوار أساسية على الأصعدة كافة وعلى الأخص مفهوم المواطنة، الذي يتسم بالتعقيد في الكثير من المواقع في العالم الثالث، وتحديداً في العالم العربي، ولعل سبب هذا التعقيد هو الانتماءات المتضاربة للأفراد والجماعات أو بالأحرى شبكة التداخلات المعقدة للتضامنات الاجتماعية، ويزيد هذا التعقيد بفعل المفاهيم والممارسات المتضاربة في علاقة الدولة بالمواطن، والسبب في تعقد مفهوم المواطنة في الدول العربية بشكل عام والحالة الخليجية بشكل خاص، هي تلك التحولات غير المكتملة التي طرأت على الدولة في علاقتها بالمجتمع وبأفراده وقواه وفئاته الاجتماعية والسياسية المختلفة، وكذلك الحالة غير المكمِلة في قيم الأفراد وممارساتهم، فما زالت هذه القوى والجماعات والأفراد تمثل في نظر الدولة امتدادا وتعظيماً لقوتها في علاقتها بالداخل وكذلك في علاقتها بالخارج ولعل هذه الحالة أقرب إلى حالة علاقة الدولة بالفرد والمجتمع في الدولة الشمولية، ومع أن بعض الكتاب يقربون هذه الحالة من حالة الدولة الأبوية، فهي أكثر تعقيدًا، إذ تتداخل فيها مفاهيم الأبوية والتضامنية والجندرية، وربما العرقية أيضًا، ولا تقتصر على مفهومٍ أو شكلٍ بعينه دون آخر كحصرها في المنحى الأبوي البحت أو الجندرية البحتة ... الخ(لافي بشير، 2007).

ووسائل الإعلام الإلكترونية يصفها أحد الكُتاب الغربيين بأنها قنبلة سريعة الانتشار وسريعة التأثير والفعالية، نتيجةً لتغطيتها أعداداً كبيرة من الناس الذين يتعرضون لها يومياً، وبالتالي فإنهم يتأثرون بها ويتفاعلون معها، الأمر الذي يميزها عن غيرها من وسائل التوعية والتنشئة الأخرى(أنطاكي، 2005). فلذلك نجد وسائل الإعلام الإلكترونية مدعومة من قبل الدولة من أجل توفير معظم المعلومات التي يحتاجها الفرد من أجل فهم ما يدور حول مجتمعهم من قضايا ومشكلات، ويعون حقيقة الصراعات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والايدولوجية، والإقليمية والعالمية، فوعيهم ذلك يشكل أهمية في صناعة القرارات، مما يترتب عليه نتائج تسهم في تعزيز انتمائهم لوطنهم ولدينهم، والعدل، والمساواه في المجتمع، خصوصاً في ظل التغيير السريع في معاييرالمجتمع الثقافية، وتكوين مواقف تعزز مفاهيم الانسجام، والتجانس داخل إطار الدولة، وتعزيز مفاهيم المواطنة التي تتمثل بحقوق وواجبات تتحقق من خلال قدر من الوعي والمعرفة والمتمثل في سعي الفرد لتحقيق حقوقه والوفاء بالتزاماتها، وذلك باستخدام وسائل مشروعة يحددها النظام الاجتماعي ويتعلمها الفرد، وبذلك فإن المواطنة تتحدد بالمسؤولية الاجتماعية والمشاركة الاجتماعية والوعي السياسي (هلال، 2000)، وفي تخطي أبنائها للانتماءات الضيقة والمحدودوة، والعمل على زيادة شعورهم بالولاء الذي ينمي الصلات والعواطف بين الفرد والجماعة، والإحساس المشترك بالهوية الموحدة في تكامل الأمة، وغرس القيم والعادات والتقاليد السليمة في نفوس الأبناء (ناصر، 2003).

وقد بين (MacDonald,2003) أن المواطنة تتمثل في مجموعة من الممارسات السياسية والمدنية والقانونية والثقافية والتربوية، التي تكونت عبر الوقت وعبر الزمن نتيجة للحركات الاجتماعية والسياسية والفكرية. اما (هلال، 2000) فقد بين أن المواطنة تتمثل بالشعور بالانتماء والولاء للوطن والقيادة السياسية التي هي مصدر الإشباع للحاجات الأساسية وحماية الذات من الأخطار المصيرية.

إن التزام أبناء المجتمع نساءً ورجالاً بقيم المواطنة والالتزام بها ينعكس بصورة إيجابية على درجة مشاركتهم الفعلية في الحياة الاجتماعية، والسياسية، واتخاذ القرارات على جميع المستويات تأكيداً للمسؤولية المجتمعية المشتركة في تحقيق صالح المجتمع، وهذا يتطلب تعزيز المواطنة من خلال العمل لمصالح الوطن وليس لمصالح فئة سياسية أو دينية أو طائفية معينة الذي من شأنه القضاء على التعصب، وتحقيق المساواة في الحقوق والواجبات بين المواطنين جميعاً رجالاً ونساءً، شباباً وشيوخاً، فسيادة روح الولاء للوطن يفتح الأبواب لنموه وتطوره وازدهاره (العازمي، 2008).

(1-2) : مشكلة الدراسة

إن وسائل الإعلام الإلكترونية تمتاز بقدرتها على تعزيز قدرات المواطنين باستمرار من خلال مواصلة تزويدهم بالمعلومات وتيسير تدفق المضامين التعليمية. فالتعليم عبر وسائل الإعلام الإلكترونية وسيلة هامة لتنمية مهارات قيّمة، وتُشجع على اكتساب الحس المدني وتُيسر الحوار بشأن قضايا الساعة.

وما يعطل العمل بمفهوم المواطنة أن الدولة في المجتمع الخليجي بشكل عام وفي دولة الكويت خاصة قد استهوتها سهولة التعامل والتعاون أو الاختلاف أو الدخول في صراع مع أحد التضامنات أو بعضها، وضمنه الاختلاف أو الصراع مع المجتمع وقواه المدنية، وهذا قد يقود بالتالي إلى شروط وربما مفاهيم جديدة في الشرعية السياسية، ولا تبدو الدولة العربية مهيأة لقبولها، بالتخلي عن القوة التي أحرزتها في العقود الماضية. ولقد تأخر استواء ورسوخ مفهوم المواطنة لأن قوى المجتمع الحديثة منها وتضامنياته تجد أن حضورها في المجتمع هو تمتعها بالحقوق أو المزايا وهذا يعتمد على قربها من مركز السلطة أو بعدها عنه، كما يعتمد على تماثل مصالحها مع مصالح المركز أو على الأقل اتساع دائرة التماثل والتطابق بينهما . فهي لذلك توظف سماتها وعناصرها العرقية وكل مصادر قوتها لتعظيم حقوقها أو مصالحها أو مزاياها.

ونظراً لأن دولة الكويت من الدول التي تمتلك موارد وفيرة من رأس المال والموارد البشرية والمعرفة والخبرة، ويتطلب ذلك الانتفاع الشامل والفعال في سياق متكامل بهدف

استكمال العجز الذي تعاني منه وكالة الأنباء من خلال توظيف الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات، والوقوف على العديد من الأمور المشتركة التي تشكل عائقاً أمام نموها، بما في ذلك التكلفة المرتفعة للنطاق العريض للإنترنت، وغياب المحتوى الذي يعزز مفهوم المواطنة. وبما أن وكالة الأنباء الكويتية من الوكالات الإعلامية التي تتمتع بإقبال جماهيري، وإصرارها الشديد على المساعدة في تنمية مجتمعاتها والدخول في الثورة الجديدة، ونظراً لسعيها الدائم لتسخير ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في خدمة شعوبها للقفز إلى تحقيق أهدافها، وتحقيق التنمية التكنولوجية والعولمة جاءت هذه الدراسة.

كما أن انتشار وسائل الإعلام الإلكترونية الفضائية التي تسعى إلى تعزيز مفهوم المواطنة عند أبناء شعبها ومقارنتها مع ما تبثه وكالة الأنباء الكويتية الذي يطلع عليه الباحث من خلال عمله في وكالة الأنباء الكويتية. فقد وجد أن هناك افتقاراً للعديد من البرامج التي تنمي حلقة الوصل بين المواطن والوطن، وتعزيز الانتماء، وتحقق العدل والمساواة، وتعزز مفهوم المواطنة. ومن هنا جاءت مشكلة الدراسة للكشف عن دور وسائل الإعلام الإلكترونية/ وكالة الأنباء الكويتية نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت(كونا).

(1- 3) : أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور وسائل الإعلام الإلكترونية/ وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت، كما تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ما يأتي:

1. أثر وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تعزيز مفهوم الانتماء.
2. أثر وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تعزيز مفهوم الولاء.
3. أثر وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تعزيز مفهوم الهوية.
4. أثر وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تعزيز مفهوم المساواة.
5. أثر وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تعزيز مفهوم العدالة.
6. أثر وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في تعزيز مفهوم الديمقراطية.

(1- 4) : أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

1. تبحث في الجوانب الإعلامية المتصلة بالوعي والمعرفة، التي لم تعط القدر الكافي من البحث والدراسة من قبل الباحثين والدارسين.

2. محاولة إلقاء الضوء على مفهوم الإعلام الإلكتروني، وأهمية تطبيقه في وكالة الأنباء الكويتية (كونا)، ومدى تفاعل العاملين مع وسائل الاتصال الحديثة.

3. المساهمة في تعزيز أثر الإعلام الإلكتروني على أداء وكالة الأنباء الكويتية (كونا) من خلال تطبيق النتائج التي يتم التوصل إليها.

4. تسلط الضوء على حجم الاختلافات والتناقضات التي تطرحها وسائل الإعلام الإلكترونية/ وكالة الأنباء الكويتية (كونا)، وحجم تأثيرها على عقلية وذهنية الشباب والشابات الكويتيين.

5. تبحث في أهمية الإعلام الإلكتروني نفسه كونه أداة لتوجيه الرأي العام وكونه أداة لتكوين الوعي والمعرفة لدى المواطنين الكويتيين.

6. تقديم مجموعة من الاقتراحات التي تساعد في تعزيز استخدام الإعلام الإلكتروني في تعزيز مفاهيم المواطنة في وكالة الأنباء الكويتية (كونا).

(1- 5): أسئلة الدراسة وفرضياتها

يتمثل سؤال الدراسة الرئيسي بالآتي:

ما دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت؟ يتفرع عن هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية، وهي:

1. هل هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الانتماء في دولة الكويت؟

2. هل هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية نموذجاً في تعزيز قيم الولاء في دولة الكويت؟

3. هل هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الهوية في دولة الكويت؟

4. هل هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم المساواة في دولة الكويت؟

5. هل هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم العدالة في دولة الكويت؟

6. هل هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الديمقراطية في دولة الكويت؟

وفي ضوء أسئلة الدراسة يمكن صياغة الفرضية الرئيسة التالية :

لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

يشتق منها الفرضيات الفرعية التالية :

الفرضية الفرعية الاولى: لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية/وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الانتماء في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية/وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الولاء في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية/وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الهوية في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية/وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم المساواة في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الفرعية الخامسة: لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية/وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم العدالة في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الفرعية السادسة : لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية/وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الديمقراطية في دولة الكويت عند مستوى دلالة مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

(1 - 6) : حدود الدراسة

الحدود الزمنية : تم إجراء الدراسة الحالية خلال عامي (2011/2010).

الحدود المكانية : وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في دولة الكويت.

الحدود البشرية : العاملين في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في دولة الكويت.

(1 - 7) : محددات الدراسة

حددت نتائج الدراسة بدلالة الصدق والثبات والشمولية للاستبانة المتعلقة بالكشف عن دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت. كما إقتصر تطبيق نتائج هذه الدراسة على وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في الكويت الذي تمثل فيه مجتمع الدراسة.

(1 - 8) : التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

الإعلام

هو "الإبلاغ أو الإخبار" ويعرف بأنه" نشر للوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات يفهمها الجمهور(الحواتمه، 2004).

الإعلام الإلكتروني

هو الإعلام الذي يتم عبر الطرق الإلكترونية و على رأسها الإنترنت، يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في سوق الإعلام و ذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية. تعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة الأقراص المدمجة والإنترنت أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث (الدناني، 2001).

المواطنة

وتعني انتماء إلى تراب تحدده حدود جغرافية، وكل من ينتمون إلى ذلك التراب مواطنون،يستحقون ما يترتب على هذه المواطنة من الحقوق والواجبات التي تنظم سائر العلاقات، كما تنظم العلاقة بينهم وبين نظامهم السياسي والاجتماعي، وتخضع هذه العلاقة في معظم الأحيان لمقاييس النفع والضرر (ناصر، 2005).

اما التعريف الاجرائي

فهو صفه للفرد الذي يعرف حقوقه ومسؤولياته اتجاه مجتمعة الذي يعيش فيه، ويشارك بفاعلية في اتخاذ القرارات وفي حل المشكلات التي تواجه وطنه وأمته.

قيم المواطنة

هي المعتقدات التي تحدد سلوك الفرد نحو الدولة التي يعيش فيها (هلال، 2000)، وتتكون من خمسة أبعاد هي: الانتماء، والولاء، والديمقراطية، والعدل، والمساواة، والحرية.

المواطنة الصالحة

مفهوم ينطوي على مفاهيم أساسية وضرورية تنسق فيما بينها لتشكل معايير ومنطلقات سلوك المواطن بما يتمشى إيجابياً مع احترام السلطة وإطاعة القانون وتنفيذه الحقوق والالتزام بالواجبات بكل خلق ومسؤولية،والالتزام بتطبيق المساواة والمشاركة وتّحمل المسؤولية الاجتماعية والمحافظة على مقدرات الدولة وممتلكاتها (التل، 1987).

وأما تعريفها إجرائيا فهي

مجموعة المفاهيم المتلازمة والمنسقة فيما بينها، والتي توجه سلوك الفرد وتحدد تصرفاته في ميادين العمل المدني والوطني، ومواقفه من الدستور والقوانين والحقوق والواجبات وما يكنه الفرد من ولاء وانتماء واعتزاز بالوطن أرضاً وشعباً وثقافةً.

الوعي السياسي

معرفة المواطن لحقوقه السياسية وواجباته، وما يجرى حوله من أحداث ووقائع، وقدرته على التصور الكلي للواقع المحيط به كحقيقة كلية مترابطة العناصر (هلال، 1986).

أما التعريف الإجرائي فهو

إلمام الفرد بالأحداث السياسية الجارية حوله مع قدرته على فهمها وفهم مصطلحاتها المستخدمة، ومع قدرته على اتخاذ المواقف الملائمة اتجاهها قد تصل به إلى درجة المشاركة السياسية فيها.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

(2 - 1) **:** المقدمـــــة

(2 - 2) **:** الإعلام ووسائله

(2 - 3) **:** الإعلام الإلكتروني

(2 - 4) **:** المواطنة

(2 - 5) **:** وكالة الأنباء كونا

(2 - 6) **:** النظريات المستخدمة في الدراسة الحالية

(2 - 7) **:** الدراسات السابقة العربية والأجنبية

(2 - 8) **:** ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

(2-1): المقدمـــــة

في شهر أكتوبر/تشرين الأول من عام 1969 بدأ علماء من جامعة كاليفورنيا الأميركية تجربة علمية مثيرة، لم يكن القائمون عليها يتصورون النتائج الباهرة التي ستثمرها، والأثر العميق الذي ستتركه على مسيرة التاريخ الإنساني. كانت التجربة العلمية محاولة لربط جهاز كمبيوتر في مدينة لوس أنجلوس بكومبيوتر آخر في مدينة منلو بارك بخط هاتفي، بحيث يستطيع الجهازان العمل معا في شكل نظام اتصال مغلق.

ولم تكن غاية أولئك العلماء الأميركيين بالطبع تسهيل مهمات الحركات الثورية في العالم الثالث، ولا توفير وسائل اتصال سريعة وإعلام حر وفعال لدعاة الإصلاح والتغيير في العالم العربي والإسلامي، وإنما كان هدفهم إبقاء أنظمة الصواريخ النووية الأميركية فعالة، حتى بعد تعطل جزء منها في حرب مدمرة.

إلا أن ثورة الاتصال التي أحدثها الإنترنت غدت اليوم من أهم الوسائل التي تستعملها القوى السياسية المستنيرة لتحرير الشعوب من الاستبداد والظلم السياسي والاقتصادي والاجتماعي. ونشير هنا إلى بعض الإمكانات الجديدة التي يوفرها الإنترنت لهذه القوى في سعيها لبناء مجتمع العدل والحرية، خصوصا في مجالات البناء التنظيمي، والعمل الإعلامي، والنضال السياسي.

(2-2): الإعلام ووسائله

ساعد التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام على سهولة انتشار المعلومات بصورة فاعلة ، كما أن النشر لم يعد متوقفاً على الأخبار والأنباء السياسية فقط وإنما أصبح ممتداً ليشمل كل مناحي الحياة العامة والخاصة .

فوسائل الإعلام لم تترك العديد من المؤسسات الاجتماعية على الحياد، والنقد والقلق اللذين تم التعبير عنهما بشأن التلفزيون مثلا ، كانا من قبل قد وجها إلى السينما والرسوم المتحركة والصحافة الشعبية. وعليه فإن الانشغال بتأثيرات وسائل الإعلام ظهر بصفه ملحة نتيجه أجندة عمومية بدلاً من أجندة أكاديمية وببساطة تعتبر غير ملائمة لتعقد المسالة (Sonia, 1996: 306).

كما ركزت الحكومات والأحزاب السياسية على وسائل الإعلام كمصادر للتأثير القوى. وفى السنوات الأخيرة، أدركت المنظمات والأعمال أهمية وسائل الإعلام وعدتها القنوات الوحيدة للإشهار بدون منازع، ولكن أهمية وسائل الإعلام بالنسبة لهذة الجهات تكمن أيضا فى محتواها الافتتاحى.

وبالرغم من الاعتقاد السائد في قوة وسائل الإعلام وفعاليتها غير أن تأثيراتها ما زالت غير مفهومة بصفة دقيقة، وما زال الجدل قائماً بشأنها ولا توجد نظرية واحدة تفسر كل التأثيرات، وهذا ما يؤكده أحد الباحثين البارزين James Curran بقوله "الاعتقاد بأن وسائل

الإعلام هي أجهزة تأثير مهمة هو صحيح على العموم، لكن الطرق التي تمارس بها وسائل الإعلام التأثير معقدة ومشروطة (Curran, 2002: 158).

إن وسائل الإعلام هي القوة التي تصوغ أكثر من أي قوة أخرى الآراء و الأذواق والسلوك، بل المظهر المدني لجمهور يضم أكثر من 60 بالمائة من سكان الأرض، فقد أصبح الهدف الأول لوسائل الإعلام في وقتنا الحاضر هو الثقافة وخدمة المجتمع، ولكنها أصيبت بشيء من الانحراف وأصبحت هدفا للاستغلال من طرف أصحاب رؤوس الأموال، ومالت المشروعات الإعلامية على إرضاء المشاهدين والقراء متناسية الهدف الأساسي للإعلام. فلكل مجتمع مقوماته الأساسية التي تحرص أن تلتزم الصحافة بها وتترك بعض الأدوار لإحساس كل صحفي بمسؤولياته الاجتماعية وتقديره لظروف المجتمع وخطورة الكلمة وتأثيرها، وفي مثل هذه الرؤية يلتزم الصحفيون بذلك دون أي تشريعات تضعها الدولة، وإنما من خلال مواثيق اختيارية لأخلاقيات المهنة وترى دول أخرى أن لا تستند فقط على الضمير الصحفي وإحساسه الوطني بل الضروري أن تتضمن تشريعاتها وقوانينها الإعلامية بل يُلزم الصحفيين للحفاظ على مقومات المجتمع تارة وسلطاتها الدينية أو العلمانية تارة أخرى وتفرض عقوبات على من يخالف ذلك ".خاصة بعد استفحال ظاهرة التعصب الذي أدى عبر التاريخ إلى حروب كلامية أحيانا ودموية أحيانا أخرى فالتعصب يعتبر من بين العناصر اللاأخلاقية التي تؤثر على الصحافة سلبا كونها تعمل على تضخيم الأمور بإثارتها للتغيرات العنصرية أو الطائفية، نشر الأخبار التي تعرض أمن

وسلامة الدولة إلى خطر انتهاك الأديان أو التعدي عليها، عدم الانقياد للقانون وغيرها وكلها مخلفات تؤثر على المبادئ والقواعد الأخلاقية لمهنة الإعلام ويجب على الصحفي تفاديها إنصافا للسلام والإنسانية (الصيفي، 2009).

يقصد بالسياسة الإعلامية "مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وادارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة وعلى الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيري من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي الذي تأخذ به الدولة" ولذلك فإن مفهوم السياسة لأي مجتمع أو دولة يتحدد تبعا لمفهوم النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي (مركز البحوث والدراسات الكويتية، 1995: 14).

فالإعلام "عملية تفاعل بين عناصر المجتمع يؤثر فيها ويتأثر بها وتخضع السياسة الإعلامية في أي مجتمع من المجتمعات للدراسة والبحث والمراجعة الدقيقة بحيث توضع قواعد للعمل الإعلامي على الأصعدة الثلاثة المحلية والعربية الدولية" (وزارة الإعلام الكويتية: الكتاب السنوي ،1970: 12).

والسياسة الإعلامية ليست قيدا على حرية الرأي بل هي إطار عام للرسالة السامية التي يؤمن بها المجتمع أو هي صياغة جديدة للتعبير عن السياسة العامة للدولة" ولكل إعلام فلسفة تتضح في أهدافه وخططه وهي التي تحدد مجموعة القيم الإعلامية التي توازن بها كل البرامج

والخطط وبها تسهل مهمة الرقابة الذاتية التي تلتزم بها الأجهزة الإعلامية التي تحافظ من خلالها على توازنها وتحتفظ باتزانها " وسواء أكانت الوسائل الإعلامية مقروءة أم مسموعة أم مرئية فإن الغاية الإعلامية تتمثل في المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل ومدى مسايرته لروح العصر (وزارة الإعلام الكويتية، 1994 :23)

ويرى الدليمي (أ) (2010) في كتابه الإعلام إشكاليات التخطيط والممارسة أن مفهوم السياسة الإعلامية وفق ما أقره خبراء اليونسكو في مؤتمرها الذي عقد عام 1972 في باريس بأنها مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية، التي عادة تشتق (تستنبط) من شروط الأيديولوجيا السياسية والقيم التي ترتكز إليها في بلد ما. إذ إن جوهر أية سياسة إعلامية لابد أن تتمحور حول النقاط التاليه:

1. العملية الإعلامية.
2. الرسالة الإعلامية.
3. صيغ التدخل المباشر في التأثير على السلوك.
4. الأثار والنتائج المتحققة.
5. تفاعل الإعلام مع الحقول الآخرى.
6. اقتراب وابتعاد الإعلام عن الأنشطة الحكومية وغير الحكومية.
7. المعايير والمبادئ التي تحكم سلوك الإعلام.

ويحدد الدليمي (ب) (2010) بأن السياسة الإعلامية هي انعكسات فعليه للسياسة العامة لكنها تختلف عنها وفقاً لطبيعة العمل الإعلامي ورسم الخطط وتنفيذها. إذ إن خصائص السياسة الإعلامية تتمثل في المرونة والقدرة على تصحيح للنشاط الإعلامي وحركته، تقابلها المرونة التي يتمتع بها الإعلام الذي يمارس دوراً قيادياً في التعبئة السياسية، إضافة إلى دور تربوي وثقافي، في توجيه البرامج ونقل المعلومات في حين يختلف الانتاج الإعلامي عن ذلك كونه لا يخضع لنفس شروط الإنتاج في الحقول الأخرى وقد تظهر نتائجه وقد لا تظهر إلى الوجود إلا بعد حين. بفعل تناوله أنماط التفكير والقيم والعادات والسلوك. والتطور الحضاري والتقني إضافة إلى أنه يجمع التباين والاختلاف. وتتطلق أية سياسه إعلامية، من تحديد واستيعاب الاتجاهات والأفكار والنشاطات الاجتماعية المتباينة، والنزعات السياسية، ومستويات الخبرة التكنولوجية الإعلامية المتفاوتة.

إن الكفاءة والخبرة التخطيطية والتنفيذية لإنجاز أهداف السياسة الإعلامية تمثّل عاملاً مهماً ومؤثّراً في مسار تنفيذ البرامج الإعلامية والكيفية التي تقدَّم بها الرسالة الإعلامية.

إن رؤية السياسة الإعلامية تتبنى أهداف سياسات ميدانية بعينها ومتطلبات تنفيذها في المجال الاجتماعي ـ الثقافي ـ الاقتصادي ـ ولكن ليس باستطاعة السياسة الإعلامية أن تتبنى مثل هذه المهمة قبل الاندماج والتكامل مع السياسات الأخرى، ويشكل التكامل بدوره شرط وأساس

التقـدم وتغـيير التـشكيل الاجتمـاعي والثقـافي ومثـل هـذا الانـدماج، يـؤدّى إلى إدراك الحاجـة إلى تخطيط وتهيئة الأجواء المناسبة لترجمة السياسة وتحويلها إلى ممارسة عملية.

ولا شك أن السياسة الإعلامية لأي دولة تخضع للمبادئ والقيم الدينية والأخلاقية التي بنيت عليها هذه الدولة وقد جاء في المادة الأولى من المرسوم الأميري الصادر في السابع من يناير 1979 أن على وزارة الإعلام توجيه السياسة الإعلامية الفكرية والثقافية بما يكفل الشعور بالمواطنة والارتقاء بالحس القومي على أساس الالتزام بالقيم الروحية والتمسك بالعادات والتقاليد الأصلية للمجتمع الكويتي (مركز البحوث والدراسات الكويتية،1995: 14).

إن الإعلام الإلكتروني أضاف وسائل إعلامية جديدة إلى كثير من الحكومات مثلما وضع في يد خصومها أدوات اعلامية جديدة فمتاح اليوم أمام الأطراف المختلفة البريد الإلكتروني والفاكس والانترنت وغيره... لقد أدى التطور التكنولوجي إلى فتح آفاق جديدة للاتصال الجماهيري خصوصاً بعدما باتت التكنولوجيا الحديثة في متناول أعداد كبيرة من الناس بسبب كونها أصبحت أرخص ثمناً وأكثر وفرة الأمر الذي أتاح لهؤلاء إمكانية اكتساب معارف إضافية في مجالات العمل الإعلامي وهو أقوى دفاع يملكه أي مجتمع في مواجهة السيطرة الإعلامية وتوجيه العقول إن التطور التكنولوجي في مجالات الاتصال والمعلومات قد زاد بشكل كبير من فرص تنويع مصادر المعرفة والمعلومات مثلما أتاح إمكانية الانتفاع الحر عن هذه الفرص (الدليمي (د)، 2011).

في المجتمع العصري الحديث تتأثر الآراء والمواقف السياسية بصورة مباشرة أو غير مباشرة بوسائل الإعلام الجماهيرية كالتلفزيون والراديو والمجلات والكتب والأفلام التي تُعرض على شاشات دور السينما، فوسائل الإعلام الجماهيرية تستطيع خلال فترة طويلة الامد المشاركة في تغيير المواقف والميول والاتجاهات التي يحملها أبناء المجتمع إزاء القضايا والأمور السياسية والاقتصادية والاجتماعية والايديولوجية التي تهمهم، شريطة قيام هذه الوسائل ببث وعرض مناهج وفعاليات تتلاءم مع طبيعة الأفكار والممارسات المطلوب ترسيخها ونشرها بين الجماهير، وشريطة قيام أجهزة وقطاعات المجتمع الأخرى بتأييد وتعزيز مثل هذه الأفكار والممارسات (الحسن، 1983).

فأجهزة الإعلام هي وسائل مهمة ويمكن اعتبارها مربية وموجهة ومشاركة في عملية التنشئة السياسية التي تزرع الأفكار والقيم والمقاييس السياسية المطلوب نشرها وشيوعها وترسيخها بالمجتمع، وكما أن وسائل الإعلام تنقل الصورة والأخبار السياسية عن المجتمعات المختلفة وتنقلها لأفراد المجتمع بسرعة منقطعة النظير وتشارك بفاعلية بزيادة الوعي السياسي والفكري بين الجماهير وفي بلورة وترسيخ المعرفة السياسية بين قطاعات المجتمع المختلفة. وأما أهمية وسائل الإعلام في تغيير المواقف السياسية التي يحملها الأفراد إزاء قضايا ومواضيع معينة فلا يمكن التقليل من مكانتها وأثارها بصورة من الصور، فلها الدور الأكبر في تمسك المواطنين بأفكار ومعتقدات سياسية معينة دون أفكار ومعتقدات أخرى، ففي الحملات الانتخابية على

سبيل المثال تقوم وسائل الإعلام في مساعدة الأحزاب السياسية على تنفيذ حملاتها الإعلامية والسياسية، فتبث أفكارها وأهدافها ومشاريعها المستقبلية في صفوف الشعب، وتنقل صورة قادتها إلى الشعب من خلال عقد الندوات معهم (عبده، 2004).

إذن وسائل الإعلام وبرامجها السياسية تكون محركة ومؤثرة في عقول وأراء الجماهير إذا انسجمت مع تطلعاتها وطموحاتها.

وينتهج الإعلام الكويتي سياسة مرنة ومنفتحة داخليا وخارجيا ويقوم على مبادئ التعاون والاحترام المتبادل وعدم التدخل في شؤون الآخرين من الدول المتعامل معها والسياسة الإعلامية ترسم بجهد جماعي يراعي التنمية الفكرية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية بعيدا عن التشنجات.

ويحدد (الحداد،1993 :85) أهداف السياسة الإعلامية لدولة الكويت فيما يأتي:

1) العمل على إبراز ارتباط الإنسان الكويتي بأرضه وتاريخه ومواقف أجداده وإنجازات حاضره وتأكيد بطولاته وخاصة بطولات شهداء الكويت وإبرازهم كأبطال قوميين يقتدى بهم وتأكيد الاستقرار الأمني والسياسي للدولة في ظل سيادة القانون وتقوية ثقة المواطنين بأن الكويت واحة أمن وأمان وسلام.

2) يهدف الإعلام الكويتي إلى تأكيد الولاء المطلق للوطن وإبراز الوحدة الوطنية واستثمار التلاحم الشعبي مع القيادة السياسية وتجسيد مفهوم الأسرة الواحدة وتأكيد مبدأ تكافؤ الفرص للمجتمع وإقرار العدالة وتكريس الحق والدفاع عنه.

3) يهدف الإعلام الكويتي إلى العمل على التنمية الشاملة وذلك باستثمار إمكانات وطاقات الإنسان الكويتي وتنمية شخصيته وتعميق فاعليتها ودعم روح الإحساس بالمشاركة والمسؤولية عنده وتنمية اعتماده على ذاته كما يؤكد من ناحية أخرى على تنمية وتقدم المجتمع وذلك بتأكيد تماسك بنائه الاجتماعي ووحدته وكفاءة مؤسساته المختلفة في العمل والانتاج.

4) يؤكد الإعلام الكويتي على استمرارية حركة الأجهزة والمؤسسات والهيئات وتفاعلها مع بعضها بهدف تحسين الأداء كما يعمل أيضا على التكامل بينها فيما يتعلق ببناء الإنسان الكويتي بحيث لا تصطدم او تتناقض الوظائف والأدوار التي تقوم بها هذه الاجهزة مع بعضها في هذا المجال.

5) يعمل الإعلام الكويتي على المتابعة الواعية والمستمرة لكل قضايا الوطن وملاحقة كل جديد في السياسة والعلم والمعرفة ويسعى لتحسين سبل الحياه في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والانسانية بما لا يتعارض مع القيم والمبادئ الإسلامية ويقوي الوعي بالمشكلات التي يمكن أن تهدد كيان المجتمع كالمخدرات والطلاق.

6) رسم السياسة الإعلامية على قواعد يتم التخطيط لها بحيث تأخذ في الاعتبار المستقبل وتوقعاته والتنبؤ به وتنمي الوعي بالمتغيرات والتحديات المحلية والاقليمية والدولية وذلك تحسباً لما قد يقع من أحداث أو ما يستجد من ظواهر في المستقبل.

7) وضع الخطط المناسبة لمعالجة أي آثار سلبية قد تترتب على استخدام البث الأجنبي المباشر عبر الأقمار الصناعية.

8) تشجيع إنشاء أجهزة خاصة لقياس الرأي العام لمعرفة آراء المواطنين واتجاهاتهم ومردود فعلهم تجاه الوسائل الإعلامية لتؤخذ النتائج بعين الاعتبار في التخطيط الإعلامي.

9) تحديث القوانين والتشريعات واللوائح المعمول بها حالياً في ميادين الإعلام لتحقيق المرونة والفعالية في العمل.

10) يحرص الإعلام الكويتي على الالتزام بالصدق والحياد والموضوعية والسرعة في متابعة الأحداث والارتفاع بالتحليل والمعالجة إلى المستوى العالمي والابتعاد عن كل ما من شأنه أن يثير الضغائن والفتن والأحقاد.

11) تأكيد دور الكويت البارز والمتميز في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإنسانية على مستوى الوطن العربي والإسلامي والعالم بأسره.

12) الحضور الدائم على الساحة الإعلامية الدولية لإبراز صورة الكويت كدولة محبة للعدل والسلام وتسهم في تقدم ورقي العالم.

13) الارتقاء بالذوق العام كأسلوب حياة وتأكيد أهمية الفن والأدب والإبداع في ترسيخ القيم النبيلة وتطوير المجتمع.

14) التزام الإعلام الكويتي بالعمل على الارتقاء بالمستوى الثقافي والتربوي والإرشادي منطلقاً من أن كل عمل إعلامي هو بالضرورة عمل تربوي تثقيفي إرشادي يهدف إلى تنمية الوعي واكتساب المعلومات والمهارات اللازمة للحياة المنتجة الفعالة في مرحلة إعادة البناء.

15) يعمل الإعلام الكويتي على الاهتمام بالنواحي الترفيهية وهو توجيه يقوم على أن كل إعلامي لا بد أن يقدم بأسلوب لا يدفع للملل ولا يثير السأم ويساهم في إفادة واقناع المتلقي مع احترام المجتمع وتقاليده.

16) يلتزم الإعلام الكويتي بالتوجه الأمني الذي يقوم على تدعيم أمن الوطن داخليا وخارجيا بطرح الحقائق ومواجهة حملات التشكيك ومحاربة الشائعات بحيث لا يترك مجالات لزعزعة أمن الوطن كما يسعى إلى تقوية الروح المعنوية في الإنسان الكويتي تعزيزا لتماسك الجبهة الداخلية وصلابتها.

17) تعزيز دور الأسرة كخلية أساسية في بناء المجتمع تسهم في تكوين أجيال قوية مدركة لمسؤولياتها معطاءة مثقفة وواعية.

18) تأكيد أهمية مرحلة الطفولة لبناء شخصية الفرد وإعطاء هذه المرحلة ما تستحقه من اهتمام بحيث تقدم المواد الإعلامية لهم أسساً تربوية.

19) الاهتمام بالشباب من الجنسين ومساعدتهم على أن يكونوا قوة بناءة واعية وتحصينهم ضد أي مؤثرات وذلك بإعداد مادة إعلامية خاصة بهم تلبي احتياجاتهم وتسهم في سلامة إعدادهم.

20) تأكيد دور المرأة في بناء المجتمع من خلال دورها كمواطنة وأم وزوجة وامرأة عاملة ومناضلةوإبراز نشاطاتها وتضحياتها في سبيل الوطن.

21) اهتمام الإعلام الكويتي بالمتغيرات السريعة التي تتسم بها حضارة العصر من تقنية وثورة في المعلومات والاتصالات وأساليب العمل بهدف تقديم أفضل الخدمات الإعلامية والارتقاء بها.

22) رعاية المواهب الشابة وتشجيعها ماديا ومعنويا وتعهدها بالإعداد العلمي والميداني لإعداد طاقات بشرية قادرة على تنفيذ هذه السياسة.

23) الاهتمام باللغة العربية الفصحى وتوجيه الكتاب معدي البرامج والمذيعين إلى استخدامها والارتفاع بلغة البرامج الشعبية التي تقدم باللهجة العامية وذلك بإحلال الفصحى المبسطة محل العامية.

24) التأكيد على أهمية التراث الشعبي والعربي الاسلامي وإحيائه وإعداد البرامج المهتمة به وتشجيع العمل على جمعه ونشره بكافة الوسائل وقيام الدولة بدعم ومؤازرة الباحثين في هذا المجال.

25) دعم النهضة العلمية والثقافية عن طريق تشجيع الباحثين والعلماء وعقد الندوات والمؤتمرات العلمية والأدبية وتشجيع دور النشر الوطنية ومساندتها لنشر المؤلفات الكويتية الجادة وتشجيع الانتاج المحلي والمجلات المتخصصة التي تخدم الوطن وقضايا الأمة.

26) العناية بالمسارح والفنون الجميلة ودعمهما وتشجيعها على الانتاج الأفضل والعمل على توسيع رقعة انتشارهما لإظهار الوجه الثقافي والحضاري للكويت (أ.هـ)

27) ومن جانب آخر برزت الأهمية الخاصة لوسائل الإعلام الكويتية لدى المسؤولين كذلك المنهج والسياسة اللذين تتبعهما وزارة الإعلام وخطة الوزارة في استثمار أجهزة الإعلام المرئي في بناء الجانب التربوي للنشىء وعن مدى تعاون الأجهزة المختصة في هذا الشأن

28) أكد وزير الإعلام في بيان له قيام السياسة الإعلامية على مبدأ الانفتاح وحرية التعبير والحوار واحترام الرأي الآخر في إطار القوانين والنظم والعادات والتقاليد والقيم المرعية في الدولة واحترام حقوق الإنسان وترسيخ المفاهيم الديمقراطية (بيان وزير الإعلام الأسبق، الشيخ سعود ناصر الصباح، مركز البحوث والدراسات الكويتية،1995: 14)

هناك كثير من المؤسسات التي تشارك في إعداد الفرد سياسيا، وتورد الدراسة أربعاً منها وهي:

1. **الأسرة:** تقوم الأسرة بدورٍ أساسي في إمداد الفرد بالوعي السياسي، فهي التي تمده باحتياجاته المادية والمعنوية، وتمثل مصدرا لخبرته وقيمه، ومن ثم يمكن أن تغرس فيه مجموعة من

القيم والسلوكيات، تؤثر بدرجة كبيرة على سلوكه وتوجهاته السياسية، وتؤثر بشكل كبير على هويته وشخصيته (الدمرداش، 1984).

فالفرد في إطار أسرته، يطور كثيراً من معارفه ومفاهيمه السياسية المتعلقة بالوطن والدولة والسلطة والحقوق والواجبات، وكذلك المفاهيم المتعلقة بالقناعات والتوجهات السياسية، وذلك من خلال الوالدين اللذين ينقلان إلى أبنائهم وخصوصا الناشئين منهم، كثير من المعلومات والمواقف والاتجاهات السياسية، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة وذلك من خلال التعليمات والمناقشات التي يسمعونها والمواقف التي يشاهدونها (التل،1987).

2. **المدرسة:** تعتبر المدرسة من أهم المؤسسات الاجتماعية التي أنشاها المجتمع، لكي تقوم بإعداد أفراده إعدادا يمكنهم من الحياة فيه كمواطنين صالحين، قادرين على القيام بدورهم إزاء هذا المجتمع، وعلى الإسهام في دفعه نحو التقدم والتطور (الدهاندل، 1976). ويشير (ظاهر، 1985) بأن المدرسة تسهم بشكل فعال في تعميق شعور الولاء الوطني للأطفال من خلال ما تعلمهم به من أناشيد وطنية ورفع العلم، ومن خلال ذكر أسماء الأبطال والتذكير بقصصهم من أجل تعميق أواصرهم في الوطن. إذ يعد التعليم من أهم المؤسسات التي تستخدمها المجتمعات في تدعيم ما تؤمن به، من أفكار ومبادئ، فالنظام التعليمي في معظم المجتمعات، يعمل على خدمة النظام السياسي القائم في المجتمع، ويستهدف إكساب الأفراد للمبادئ والقيم والاتجاهات الوطنية التي تتفق مع الأيدلوجيا السائدة في مجتمعه (معوض، 2001).

3. **الأحزاب السياسية:** تعد الأحزاب أهم معلم من معالم الديمقراطية في الدول ومؤسساتها، فالأحزاب السياسية تعمل كقنوات اتصال، وركيزة مسئولة لتجميع قوى المواطنين الأفراد، وتركيزها في قوى اجتماعية ذات معنى (عادل، 1992). وتسعى الأحزاب في الدول إلى الوصول إلى السلطة ولذلك فهي تعمل على تنمية الوعي السياسي من خلال نشر الثقافة السياسية لأعضائها، ليستمروا بولائهم واقتناعهم وتمسكهم بالحزب (معوض،2001).

إن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال غيرت أنماطاً كثيرة من حياة الناس وأضافت اعباءً جديدة لا سيما على الحريات ذلك لأن هذه الابتكارات والاختراعات الحديثة كانت ولا تزال تتطلب توفر قدرات مالية استثمارية لا يستطيع توفيرها إلا أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة سواء كانوا أشخاصاً أو شركات كبيرة أو حكومات وهنا يلاحظ ان تغيراً قد وجد طريقة إلى حياة المجتمعات ذلك الذي يتعلق بتغير الاستراتيجة الغربية لتقييد حرية التعبير بسياسة أكثر فاعلية عبر استغلال التكنولوجيا المتطورة (الدليمي، 2011).

إذ تؤثر وسائل الإعلام المختلفة من إذاعة وتلفزيون وصحف ومجلات ... الخ على جمهورها المتلقي من خلال ما تقدمه من أخبار ومعلومات عن سلوكياته الإنسانية المختلفة، وتعمل من خلالها على إشباع حاجاته المختلفة، من ترفيه وأخبار ومعارف، وتلجأ إلى أساليب متنوعة لجذبه (اسماعيل،2003) .

ويعتبر دور الإعلام في الوعي السياسي دورا مؤثرا وهاما، وفيما يلي دورها وأثرها بالتفصيل.

إذ تعد وسائل الإعلام مصدرا مهما من مصادر الوعي السياسي للفرد، ويؤكد عدد من الباحثين بان ثقافة الفرد السياسية، واطلاعه على الآراء المستجدة المتعلقة بالقضايا السياسية، هي في الغالب تحمله إليه وسائل الإعلام، ومن خلالها يستطيع أن يُكَوِن الفرد معرفة سياسية له، فوسائل الإعلام بالنسبة له مصدرا أساسيا من مصادر المعرفة والإحاطة بالقضايا والمسائل السياسية.

ولقد أكد كل من (Konorae, et..al, 1975) المشار إليهم في البشر في دراسة لهما، على أن التعرض لوسائل الإعلام له تأثير كبير في زيادة المعرفة السياسية، وبالتالي التفاعل والتعاطي مع الأحداث السياسية (البشر، 1997).

ولقد أكد كذلك (عبده، 2004) أن ثمة علاقة ارتباط بين التطور الضخم لوسائل الاتصال الجماهيرية وبين المعرفة السياسية، التي تسهم بشكل أساسي في تكوين الوعي السياسي.

وتتحدث الدراسات الخاصة بوسائل الإعلام، على أن وسائل الإعلام، قد أصبحت تحتل موقعا متميزا من بين الأدوات التي تسهم في التنشئة والتربية السياسية وفي الثقافة والوعي السياسي، من خلال ما يمكن أن تقدمه للفرد من معلومات سياسية، وما تسهم به من تكوين لديه قيمه واتجاهاته السياسية وكذلك من خلال ما تقوم به من حث الفرد على المشاركة في

العملية السياسية، وقد توصلت العديد من الدراسات إلى أنه ثمة علاقة بين النمو السريع في وسائل الإعلام وبين تزايد المشاركة السياسية للمواطنين، حيث تعمل هذه الوسائل على تنمية المدركات السياسية للجماهير، ومن ثم يزداد تفاعلها في الحياة السياسية (العويني، 1981).

لذلك فإن هذا التأثير لوسائل الإعلام، يجعلها إذا أحسن استخدامها، تدعم التنمية السياسية والثقافة السياسية لدى جمهورها وذلك بإمداده بالمعلومات، والحقائق، والخبرات اللازمة، وبإمداده بالأحداث السياسية الجارية بدقة ومصداقية، وكل ذلك يوجد المناخ الملائم للوعي والتنمية السياسية، وبالتالي تأهيل الجمهور بالشكل الملائم للمشاركة السياسية، وفي مشاركته في عملية اتخاذ القرارات وفي تعبيره السياسي(مصالحة، 1984). فالإعلام منهج وعملية تقوم على التنوير، والتثقيف، والإحاطة بالمعلومات والمعرفة التي تناسب عقول الأفراد ووجدانهم الجماعي، فترفع بذلك من مستواهم، وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة، ومن ثم فإن الإعلام على هذا النحو يعد عملية ووظيفة اجتماعية تهدف إلى تنوير الرأي العام الجماهيري، وتبصير الجماعات على اختلاف مستوياتهم وتعدد مناشطتهم بما يهيئهم لفهم وتفسير الموضوعات والقضايا والمواقف التي تمس كافة المجريات والنواحي التي تتعلق بحياتهم، وتهمهم فكريا من أمور سياسية وعلمية واجتماعية، كما أنها تقدم التبرير الفعلي والعاطفي والوجداني لاتجاهات الدولة ومواقفها إزاء الأحداث الداخلية والخارجية، وتشرح تصرفاتها

المختلفة، بحيث تشعر كل فرد بدوره وواجباته إزاء مجتمعه، وبالتالي تشعره بضرورة مشاركته الايجابية في مناشطه الكثيرة ومساهمته في العمل على تقدمه وتطوره (النكلاوي، 1984).

وتعد وسائل الإعلام في المحيط السياسي، بمثابة حارسة البوابة والناقلة للأفكار والقضايا ذات الصفة الشرعية، فهي تعمل على تدعيم الآراء والقيم والأفكار، وفي نفس الوقت إقصاء الأفكار التي تعوق من تنميتها السياسية لدى أفرادها، بالإضافة إلى كونها منبراً للتعليم والتثقيف والتوعية والتربية السياسية من خلال ما ترسله من مضامين هادفة، وبدون وجود وسائل الإعلام فلا يستطيع أحد الاطلاع على الأحداث السياسية.

ونتيجة لتلك الأهمية لوسائل الإعلام وأثرها فقد اهتمت كافة الدول على اختلاف أيدلوجياتها بتنمية وتعزيز أجهزة إعلامها، لضمان تكوين رأي مؤيد لها (العمر، 2001).

إذن ما تقوم به وسائل الإعلام من تلفاز ومذياع وصحف ومجلات لهو دور هام في ايجاد الوعي السياسي لدى متلقيه، وهنا يمكن تسليط الضوء على ثلاث من وسائل الإعلام لها دور واضح في تكوين الوعي السياسي لدى الأفراد وهي:

1. **الصحف**

تعرف الصحيفة بأنها عبارة عن مساحات من الورق المطبوع بطريقة آلية، لنقل الرسائل الاتصالية، من القائم بالاتصال، أومن المرسل إلى أعداد كبيرة ومنتشرة من الأفراد المستقبلين.

وتعد الصحيفة من أقدم وسائل الإعلام، ويبدأ تاريخها فعليا مع اختراع المطبعة بالحروف المعدنية المنفصلة عام 1449، وبهذا الاختراع أمكن الصحافة من الانتقال من عصر الاستنساخ اليدوي إلى ثورة الطباعة على الآلة بمئات آلاف النسخ. وكانت إيطاليا أول من أصدرت صحيفة منتظمة في القرن السادس عشر، وقد أسهم في تطورها اختراع التلغراف والكابل البحري الذي أدى إلى نقل أخبارها فيما بعد إلى ما وراء الحدود، وبذلك التاريخ أصبحت الصحافة وسيلة إعلامية دولية، وقد أدى ظهور الهاتف إلى نقلات جذرية أخرى في الصحافة، كما أن مشاركة الأقمار الصناعية وأنظمة الإرسال التي شهدتها السنوات الأخيرة أدخلت صناعة الخبر في الصحف دورة تطورية أخرى (حقيق، 1993).

وأما فيما يتعلق بالمادة الصحفية، فإنها ذات تأثير كبير على المجتمع، وتلعب دورا في تكوين الرأي العام وصقل شخصية من يطالع الصحف، فالشخص المثقف والمهتم والواعي يتابع ما يدور حوله من أحداث، "ولا شك أن ملكية الشعب للصحافة، تعتبر العاصم الوحيد من انحرافها، والضمان الثابت لحرية الصحافة بمضمونها الأصيل، وهي حق الشعب في متابعة مجريات الأحداث، وحقه في إبداء رأيه فيها وتوجيهها لما يتفق وإرادته (الحواتمة، 2004). وتتعدد وظائف الصحافة من حيث الأهمية والأولوية، فهي تقوم بنشر الوعي السياسي والاجتماعي والثقافي، وبلورة رأي عام إزاء القضايا المحلية أو الخارجية، وتعد سيطرة الصحافة على الأفكار والاتجاهات الفردية في المجتمعات أمراً ملموساً، حيث بلغت من القدرة على القيام بوظائفها

درجة من الإتقان والفاعلية، تجعلها قادرة على إقناع الجماهير بالأفكار والآراء إن لم يكن اغتصابها (هلال، 1986).

وقد اتفقت أراء كثيرة على أنه بلا وجود صحافة فلا وجود لرأي عام، وبمعنى آخر فإنه حيث لا يوجد صحافة حرة فلا وجود لإنسان حر، قادر على المعرفة الثقافية والاجتماعية والسياسية ولا وجود لإنسان قادر على التفاعل والمشاركة والممارسة للسلوك السياسي في مجتمعه، فتقدم الأمم والشعوب يقاس بمدى تقدم صحافتها وتقدم صحافتها يقوم على مدى وعي الرأي العام وتقدمه فيها (عبده، 2004)، فالصحافة يمكنها أن تقوم بدور مهم في تشكيل وعي الأفراد اتجاه العديد من الموضوعات والقضايا السياسية والاجتماعية في مختلف جوانب الحياة، بما يسهم ويدعم تكوين رأي عام يشارك في تنمية المجتمع.

كما أن الصحافة اليومية والدورية تقوم بدورٍ سياسي خطيرٍ في الوسط المتعلم، فهي "تصل الرأي العام المتعلم بمشاكل البلد، وذلك بإلقاء الأضواء عليها بالكلمة والصورة والكاريكاتير والقصة،وبقيامها بتحليل أسبابها، وتضع وسائل العلاج لها مما يجعلها مدارس فكرية سياسية (الحواتمة، 2004).

وبسبب خطورة الدور الذي تقوم به الصحافة على صعيد المجتمعات، فقد أصبحت الحكومات، وأعضاء السلطة والهيئات والمؤسسات، تقيم وزنا وحسابا شديدا للصحافة، فقد أصبحت الهيئات الاجتماعية والسياسية، تحاذر وتخشى من وصول خبر أي خطا ما من جانبها

إلى الصحافة، خوفا من الرأي العام الذي تسهم الصحافة في إثارته "ولذلك تسعى كثير من الحكومات إلى فرض تعتيم وقيود إعلامية على الصحافة لإدراكها أهمية الصحافة من الناحية السياسية والايدولوجية وضخامة تأثيرها على الافراد.

2. الإذاعـــة :

يمتاز الراديو بأن موجاته تخترق كل أنحاء العالم، في أقل من لمح البصر فموجة الأثير تدور حول الكرة الأرضية 8/1 مرة في الثانية لا تقف في طريقها أي سدود أو حدود، في حين أن التلفزيون أكثر محدودية (متولي، 1987).

والإذاعة وسيلة يسهل الاستفادة منها لسهولة حملها، فكثير من الناس يستخدمونها كرفيقة عند أداء العمل، أو قيادة السيارة أو مع القراءة حيث أن سماعها لا يتطلب التركيز، وهي بهذا أسهل وسائل الإعلام منالا، حيث يمكن الاستماع لها في مختلف ظروف الحياة، في المنزل،في الشارع،وفي الأماكن العامة، وهي الوسيلة التي تعطي المستمع قدراً أكبر من الحرية، ومصادر أكثر تنوعاً للمعلومات، فهي تخترق حدود الدول،وتمتاز الإذاعة كذلك عن باقي وسائل الإعلام بأنها تستطيع الدخول إلى كل المجتمعات البشرية بصرف النظر عن الناحيه الأمية أو التعليمية التي يكون عليها المستمع، وبصرف النظر عن صغر سنه أو كبره لأن المادة الإعلامية عادةً تصاغ في عبارات بسيطة يدرك معانيها المثقف وغير المثقف مما يدفع مستمعيها إلى الإصرار على الاستماع لإليها، وكما تستطيع المادة الإذاعية اختراق الحدود والوصول إلى أبعد الآماد ولذلك قال عنها

أحد الباحثين " بأنها جامعة شعبية كبيرة على الهواء، تمتاز عن غيرها من الجامعات بأنها لا تتقيد بمكان ولا بزمان، والمنتسبون إليها بالملايين(عمر، 1993).

فالإذاعة تساعد على تعليم الناس وتنويرهم، وتوجد تفاعل بينها وبين المستمع، وتعمل على مخاطبة عقله وتلامس مشاعره وأحاسيسه، فتؤثر عليه من خلال برامجها المطروحة من ألحان مذاعة أو إنشاد أو تمثيل .

ان للإذاعة كوسيلة اتصال تأثيراً كبيراً على الناس، وإنه لمن الممكن إصدار أحكام عريضة حول مدى تأثيرها على الجمهور المتلقي، وأحد السبل في هذا الشأن هو مقارنة النتائج التي تسفر عنها استطلاعات الرأي بالمضمون الذي تحمله وسيلة الإعلام المقصودة، ومثال على ذلك التأثير وقوته، العمل الإذاعي ذائع الصيت"حرب العوالم" الذي قدمه الممثل اورسون ويلز عام 1983، وكان يدور حول سنوات الحرب الأمريكية الفيتنامية، فأدى هذا البرنامج الإذاعي إلى إشاعة الذعر والقلق والرفض للحرب، ولقد أجرى أحد الباحثين الأمريكان سنة (1977) عدداً من البحوث والدراسات حول وسائل الإعلام ومنها الإذاعة، فأظهرت نتائجها بأن وسائل الإعلام بمثابة عنصر فعّال، وتعمل من خلال عوامل ووساط، سواء كانت تتعلق باتجاهات الجمهور ونواياهم السياسية الانتخابية، أو توجههم العام إزاء المشكلات السياسية والحياة ومشاكلها، وهذه الوسائط التي تعمل من خلالها وسائل الإعلام تعمل على تعزيز التأثير، وليست إحداث التغير،

وتعمل على وجود نوع من الإدراك والتشكيل الاختياري، لما يسمع ويرى، وكذلك تسهم في ثقافته السياسية والاجتماعية.

وهناك من يقول بأنه لا يستطيع أحد أن يزعم أن التعرض لوجهة نظر إعلامية مفضلة سوف يؤدي بالضرورة وفي لحظتها إلى تحويل الولاء السياسي، غير أنه من الأمور الأساسية في هذا الشأن دراسة الطريقة التي تظهر بها هذه الحجج في التقارير الإعلامية،وفي معتقدات الجمهور، مما يتيح تشكيل خيوط من الثقافات السياسية والمواقف والآراء (عمر، 1993).

3. التلفــاز:

يظهر التلفاز من بين الوسائل الإعلامية الأكثر تأثيرا في الحياة السياسية من الإذاعة الصوتية والصحف والمجلات والأفلام، وأن ما يميزه كوسيلة جماهيرية بأنه يستخدم فيه التكنولوجيا الحديثة التي تساعد على نقل رسالته الإعلامية بسرعة وبطريقة مصورة.

ويعد ظهور التلفاز كوسيلة اتصال جماهيرية تجسيدا لخلاصة التقدم الذي أحرزته وسائل الاتصال، فهو أداة اتصال تجمع ما بين الكلمة والصورة في وقت واحد، وإذا كان المذياع قد أحدث ثورة في وسائل الإعلام في سنوات ما بعد الحرب العالمية الأولى فإن اختراع التلفزيون قد شد انتباه العالم كله في النصف الثاني من القرن الماضي نتيجة لما أحدثه في مجال الإعلام الجماهيري.

وأما تأثير التلفزيون مصدراً للوعي السياسي، فإنه يكون أكبر في المجتمعات التي تنتشر فيها نسبة الأمية، وخصوصا في الريف فهو يعمل على تشكيل وتنمية وعيهم بشكل كبير كما أن التلفزيون يعمل في تعديل المعرفة والاتجاهات عند قطاعات كبيرة من أفراد المجتمع، ويعمل كذلك على تزويدهم بحقائق، وأبعاد كثير عن المشكلات السياسية الموجودة في بلد من البلدان.

ولكون التلفزيون يتمتع بصفة الفورية في نقله للأحداث الجارية في العالم في زمن حدوثها، فانه يوجد نوعا من المشاركة الجماهيرية، فالمشاهد يعيش عالمين في آن واحد، فهو يشاهد ما يحدث في العالم من حوله وهو جالس في عالمه الخاص (ويفرز ،1975).

وللتلفزيون دور مهم مصدراً مجدداً للخبرة السياسية والمعلومات السياسية، فعن طريقه يتم عرض تطورات الأحداث إخباريا، وهو بذلك يجلس المشاهد أمامه بكل جوارحه، لمشاهدة ما يجري.

وللتلفزيون في نقله للأخبار وآخر التطورات في المواقف السياسية المختلفة الدولية والمحلية، يقدم دورا أساسيا في تكوين المعرفة والثقافة السياسية لمشاهديه، وأن ما يرافقه من تفاعل ونقاش بين متلقيه لما يعرضه من أحداث تساعد في نضجه ووعيه، وأما الأحداث السياسية التي يتم تجاهلها فإنه يقل تأثيرها السياسي أو لا يكون لها أي تأثير (معوض، 2001).

والتلفزيون من خلال تقديمه للأحداث المختلفة الجارية يسهم في توفير وتهيئة المناخ اللازم للتنمية السياسية لدى أفراده، فهو يساعد على ربط المشاهد بإحداث وطنه، فيزيد شعوره

ويخاطب عقله ووجدانه مما يسهل له أن يكون رأيا عاما لديه، مما يدفعه الى المشاركة الفعّالة لذلك فإن التلفزيون بما يقدمه من أخبار وأحداث مختلفة وما يتبعه من تفسيرات وتوضيحات، ووصف الفاعل السياسي منها، فإنه بذلك يصبح عنصراً مهماً في تشكيل الوعي السياسي (مرزوق، 1973).

ولقد اتفق خبراء الإعلام على أن صورة واحدة أبلغ من ألف كلمة، وأكدوا على أن هذا العصر هو عصر الصورة والخبر أو ما اصطلح عليه بعصر انتقال المعلومات، وهذا يستدعي تساؤلا ما مدى تأثير الصورة في العملية الإعلامية، سواء كان استعمالها كأداة للتوعية والإقناع، أو وسيلة للدعاية والترويج، وأسلوبا للإثارة، وباختلاف وتباين الأهداف والغايات ندرك تأثير الصورة، والأمر لا يرتبط فقط بوصول الصورة إلينا وإنما فيما تخاطبه من مكامن الشعور ومناطق الإدراك لدينا، ويرتبط الأمر في طريقة الاستعمال وتوجيه الصورة إلينا، وهنا تُطرح الصورة كمؤثر في العملية الإعلامية، ويدرك الكثيرون أن طلقة موجهة قد تصيب شخصا ما، ولكن الصورة المترجمة لهذه العملية، حتما تصيب ملايين الأشخاص.

ويقول خبراء الإعلام في هذا الشأن إنه إذا أردنا أن نظهر أية صورة تدل على أننا نعاني من الظلم مثلا، فعلينا بثها بشكل يجعل المشاهد يرى ما هو خلفها، بغية أن يبذل جهداً لفك رموزها، وهكذا تنطبع الصورة في ذهنه لمدة أطول، لأنه استغرق وقتا ليفهمها (أبو عرجه، 2000).

ولذلك نجد الدول المتقدمة تعمل في وسائلها الإعلامية، على تشكيل صورتها الذاتية والثقافية والبصرية بما يثير الإعجاب والتأييد لها، وزيادة الوعي بهويتها من قبل أبنائها (صالح، 2005).

(2- 3): الإعلام الإلكتروني

أصبح لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات قدرة تغير من طريقة تلقي الناس للمعلومات فى عالمنا العربي، وبينما لا تزال بعض وسائل الإعلام التقليدية تمضي بقوة على الساحة الإعلامية، إلا أن ارتفاع معدلات استخدام الإنترنت وتواصل الناس مع "الإعلام الجديد" المتمثل فى الشبكات الاجتماعية الإلكترونية والمدونات قد دفع رجال الإعلام والتسويق لإعادة التفكير فى سبل الوصول إلى جماهيرهم المستهدفة.

لقد أصبحت وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر المعلومات، ومزوداً قوياً لسلوك كثير من أفراد الجمهور، وأصبح وجودها في كل مكان أمراً شائعاً، إلا للقليل من الأفراد.

ومع تقدم المجتمعات وتحضرها، يزداد تعقدها واندماج وسائل الإعلام فيها، حتى أصبحت وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ من المجتمع، خاصة في أوقات الأزمات والأحداث، وأصبحت معلومات وسائل الإعلام، وتحليلاتها ذات أهمية كبيرة وقيمة متزايدة في المجتمعات، وتتناقلها الأفواه. كما أن وسائل الإعلام تنقل الحدث وقت وقوعه على الهواء مباشرة (الدليمي (ب)، 2011).

لذا فإن قوة وسائل الإعلام الإلكتروني تكمن في السيطرة على مصادر معلومات معينة، وتلزم الأفراد ببلوغ أهدافهم الشخصية، وكلما زاد المجتمع تعقدا، زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام.

لقد أثبتت بعض الدراسات ازدياد عدد الساعات التي يقضيها الجمهور مع وسائل الإعلام الجماهيري الإلكتروني خلال السنوات الماضية، وهذا مؤشر قوي ومهم على زيادة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، وهذا يمثل نسبة من النشاط الاتصالي للإنسان يعني زيادة تأثير ما تقدمه هذه الوسائل للجمهور. لقد أصبح الإنسان أكثر اهتماماً بما يجري حوله من الأحداث، ذلك أن ترابط العالم، وتداخله يؤثر بعضه في بعض، فالخبر مثلاً عن نية دولة ما تقليل صادرات النفط يرفع سعر البرميل في العالم كما يؤثر ذلك في الدول المنتجة (الدليمي(ج)، 2011)

وتعد وسائل الإعلام الإلكتروني من المكونات الأساسية التي لا غنى عنها، ولا يستطيع المجتمع المعاصر الاستمرار بدونها، فقد اعتبرت هذه الوسائل الإعلامية في الوقت الحاضر جزءاً مركزياً من مؤسسات المجتمع، فبوساطتها يعرف الجمهور السلع الجديدة وأماكن وجودها، وكذلك في المجال التربوي، وبناء الأسرة إذا استخدمت الاستخدام الأمثل.

وفي عالم اليوم تتزايد احتياجات المجتمعات إلى المعلومات والأخبار، ويزداد استهلاك الأخبار على مستوى العالم، وهذا يدل على رغبة المجتمع في التنمية، والصعود إلى ركب الحضارة، إذ إن المشاركة العالمية، والتفاعل يعين المجتمع على تطوير نفسه.

ولم يقتصر الأمر على الحاجة إلى معلومات وسائل الإعلام فقط، فقد أصبحت وسائل الإعلام لدى بعض الأفراد بديلا عن التفاعل الاجتماعي، فيرى في الوسيلة الإعلامية صديقاً أنيساً خاصة للأفراد الذين يفتقدون التفاعل الاجتماعي، ويجعلها بديلاً للتفاعل الاجتماعي، وبعضهم الآخر يجعل من وسائل الإعلام متنفساً ومهرباً من الضغوط النفسية، والتوترات، والتخلص من المشكلات الاجتماعية.

إن إسهام وسائل الإعلام الإلكتروني في تلبية احتياجات أفراد المجتمع يجعلها تقدم بذلك خدمة عامة للمجتمع. هذا إذا قامت وسائل الإعلام بالوظائف الاجتماعية المناط بها على الوجه المطلوب.

إن الاهتمام بالإنترنت بشكل عام وبالإعلام الإلكتروني بشكل خاص قد أخذ بالتنامي حيث شهدت السنوات العشر الأخيرة تصاعدا ملحوظا في أهمية الإنترنت للصحافة، حيث تأسس نوع جديد من الصحافة الإلكترونية. هذا الأمر انعكس إيجابا على حرية التعبير والرأي والعمل الصحفي، لكن في نفس الوقت زادت التحديات التي تواجه الصحفيين من قبل الرقابة الحكومية. لقد خلقت الصحافة الإلكترونية فضاءات جديدة أما الأشخاص العاديون والصحفيون والناشطون السياسيون، حيث أتاحت الإنترنت لهم مجالا للتعبير عن أرائهم لم يكن متاحا لهم من قبل. فقد خفض الإنترنت من العوائق التي كانت تحول بين المرء والنشر الإعلامي. و يستطيع المرء اليوم بوسائل بسيطة أن يبدأ بالتدوين في الإنترنت وأن يرسل المعلومات التي يريدها وكذلك

أن يستقبل كماً كبيرا من منها بالنسبة للبعض فإن الصحافة الإلكترونية خلقت فرصا لنشر الأفكار، ولكن الوصول إلى الجمهور العريض وتجاوز الرقابة لا يحدث إلا في حالات قليلة (الدليمي (ب)، 2011).

ويرى (الدليمي (د)، 2011) ان هناك عدة مفاهيم لتحديد وسائل الإعلام الإلكترونية:

المفهوم الأول: مفهوم ضيق يركز على أن وسائل الإعلام الإلكترونية هي ذات المعنى للمواقع التي تلبي بعض الرغبات من خلال ضوابط محددة.

المفهوم الثاني: هو مفهوم واسع، والذي يتضمن، صعوبة تحقيق اختراق المعايير، إذ إن هناك فوائد جمة جراء استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية للقارئ لاسيما من الناحية التثقيفية والتعليميةُ، إذ إن استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية تتيح للقارئ الاستفادة من:

- الصحف الإلكترونية.
- مواقع الأخبار على شبكة الانترنت.
- البريد الإلكتروني.
- مجموعات الأخبار على الإنترنت.
- غرف الدردشة
- الخدمات الإخبارية المقدمة من خلال الهواتف النقالة
- الكتاب الإلكتروني
- الراديو

- أفلام الإنترنت

وبالمقارنة مع وسائل الإعلام المطبوعة الصحفية فإن وسائل الإعلام الإلكترونية تتناول هذا الموضوع إضافه إلى العديد من الميزات التي يتناولها الكاتب في شكل واضح ومناسب، بما في ذلك (الدليمي، 2011):

- وفرة المحتوى.
- يقوم الكاتب بإظهار وجهة نظره بدون رقابة.
- تعميق الشفافية في السياسات الحكومية.
- وضع الصحافة نفسها من حيث التنمية والتحرير من الضوابط.
- تخفيض تكلفة المعاملات والاتصالات وكذلك تخفيض تكلفة الحصول على المعلومات.

(2- 4): المواطنة

تعد المواطنة رابطة سياسية وليست عرقية أو دينية فإنها نتاج الأنظمة الديموقراطية التي أفرزتها الدولة القومية Etat-nation حيث توجد دساتير وقوانين تنظم حياة الجماعة البشرية التي تعيش على أراضيها، وفقاً لحقوق وواجبات متعددة :مدنية، سياسية، اقتصادية واجتماعية،منسجمة مع مبادئ المساواة، والعدالة، وقيم حقوق الإنسان، واحترام التعددية والثقافية، والانتماء للدولة وليس للأشخاص، ومع هذا فإن المواطنة ليست نصوصاً ووثائق فقط، بل تحمّل المواطنين مسؤولية جماعية لتغليب المصلحة العامة للمجتمع والدولة على المصالح الخاصة عن طريق المشاركة في النظام الضريبي، واحترام القوانين، وحماية الدولة حين

تعرضها للتهديدات والمخاطر؛ بما يخلق مواطنة إيجابية وفعالة ومتواصلة، لأنه مثلما هو معروف فإن المواطنة التي تسمى بالأدبيات الإنجليزية Citizenship والفرنسية Citoyenneté مشتقة من اللاتينية Civitas لا تعتبر نهاية لما وصلت إليه البشرية من تجارب لتحقيق الوئام والسلام المجتمعي بل هي حالة متغيرة ومتجددة تعبر عن رحلة البحث البشري نحو تحقيق أقصى درجات الاستقرار والحماية لكرامة الإنسان وحقوقه، لذلك هي موروث خاص بالإنسانية كافة دون تعارض مع المكونات الدينية والعرقية والثقافية لأي دولة تطبقها، وهذا ما يتبين عبر الشروحات التي فككت مفهوم المواطنة.

ولا يجد أنيست لوبورس Anicet lepors في النقاشات حول مفهوم المواطنة الحديثة، التي يدور رحاها اليوم سوى أنها انعكاس لمجتمعات مأزومة فقدت معاييرها ومعالمها، فالمواطنة في محصلة الختام تعتبر نتيجة لتعاقب مفاهيم مختلفة لا تشكل تاريخاً متسلسلاً ومستمراً؛ لذلك ما يمكن فعله هو تفكيك بعض الخصائص المشتركة لتجارب تاريخية مختلفة، ومن هذا المنطلق فإنه يختزل تلك الخصائص المشتركة للمواطنة في القيم الممارسة والفعالية Dynamique، التي يتمفصل حولها مفهوم المواطنة.

فالمواطنة ليست مثلما يحلو للبعض تحديدها في مجموعة الحقوق والواجبات، لأن هذه المجموعة (حقوق وواجبات) لا تكون ممنوحة حقاً مكتسباً للمواطنين إلا في الحالة التي يشعرون فيها بأنهم أعضاء في تجمع بشري تسوده قيم مشتركة تكون خاضعة لنقاشات متقاطعة

ومتناقضة، لذلك فإنه لا توجد مواطنة دون قيم مشتركة على سبيل المثال الفكر الأسطوري والآلهة في أثينا القديمة، معنى القانون والحقوق بالنسبة للرومان، الحاجة لحريات جديدة في مدن القرون الوسطى، وشعار الحرية والمساواة والإخاء في الثورة الفرنسية، لذلك فإن المواطنة تستدعي وجود ميثاق اجتماعي يربط المواطنين في نفس الجماعة (الوقيان، 2009)

وبالمقابل فإن المواطنة ليست قيماً ومبادئ وأهدافاً مشتركة تلتف حولها جماعة بشرية دون ممارسة إذ لا توجد مواطنة دون إمكانات فعلية لضمان ممارستها على أرض الواقع، مثلما هو حاصل في تجربة الديموقراطية المباشرة لجمعيات المواطنين في اليونان القديمة، وسن القوانين في روما، ممارسة قوانين جديدة فردية ومجتمعية في القرون الوسطى، إعلان حقوق الإنسان والمواطن في عام 1789 مبادئ حقوق الإنسان على المستوى الدولي ثم سلسلة من الحقوق المتعلقة بالحريات الفردية (المعتقد،التعبير) والعامة (الاجتماعات، المظاهرات، التنظيمات). وأخيراً لا توجد مواطنة دون فعالية فالمواطنة من الممكن أن تختفي من واقع المجتمع والدولة وفي التفكير، ومن الممكن أن تعود مرة أخرى بأشكال وخصائص جديدة، فكل حقبة زمنية تأتي، فإنها تحمل خبرات ومعارف خصبة تسبقها، وعلى عكس ذلك من الممكن أن تحدث تراجعات في مضمون ودلالات المواطنة، فالتاريخ يبين أن ديموقراطية أثينا قد اختبرت في مجال ضيق وهي الديموقراطية المباشرة، أما سمو القوانين وتعميم المواطنة على الإمبراطورية

الرومانية كافة فقد وضحت بأن المساواة أمام القوانين النظرية ليست ذات جدوى في ظل تمييز ولامساواة اجتماعية على أرض الواقع (العامري، 2002).

أما ديريك هيتر Derek Heater فإنه يتناول مفهوم المواطنة من منظور تاريخي وفقاً لعلاقتها مع الهوية الاجتماعية السياسية كونها شكلاً تتحدد به من عدة أشكال تعايشت معها في فترات متعددة خلال ما يقارب ثمانية وعشرين قرناً من الزمن من سنوات عمرها حتى اليوم، وأيضا وفقا للتمايزات الحادثة بين خمسة أشكال رئيسية من الهوية:الأولى هوية الأنظمة الإقطاعية ذات الطابع الهرمي التي تتجلى في روابط التابع والسيد حيث تتحدد مكانة الفرد، وأيضاً من الطبيعة التبادلية بين العلاقة و الخدمات التي يقدمها من هو في الأسفل مقابل الحماية التي يؤمنها من هو في الأعلى، الثانية هوية النظام الملكي حيث يكون الملك أو السلطان (الحاكم المطلق) والآخرون لهم مكانة الرعايا، وإظهار الشعور بالولاء للتاج ولشخص الملك الذي يجسد البلد، وما هو مطلوب من الرعية في الأساس الطاعة المستسلمة، الثالثة هوية النظام الاستبدادي التي تعني الحكومات الإخضاعية كالدكتاتورية والشمولية الحديثة حيث تقوم على دعم نظام الطاغية، والشعور السياسي هو حب مفعٌل لشخص الطاغية والانخراط في تجنيد الدعم له، وأيضاً الهوية الرابعة هي القومية التي يقرن الأفراد وجودهم بالأمة كأعضاء في مجموعة حضارية والشعور المرتبط بحب الأمة والوعي بتقاليدها على خلاف كل تلك الأنماط والأشكال الأربعة للهوية والأنظمة السياسية التي تجسدها على

أرض الواقع، يصل هيتر إلى الشكل الخامس وهو هوية المواطنة التي تتميز عن بقية الأنماط الأخرى، كونها تحدد علاقة الفرد ليس بفرد آخر كما هو الحال بالنسبة للأنظمة الإقطاعية والملكية والاستبدادية، ولا بمجموعة (كما في القومية) ، ولكن في فكرة الدولة بشكل رئيسي، التي تقوم على فكرتي الاستقلالية والمساواة في المكانة والمشاركة المدنية في شؤون الدولة، والهوية المدنية فيها مصونة بالحقوق التي تسبغها الدولة وبالواجبات التي يؤديها المواطنون، الذين هم أشخاص مستقلون ومتساوون في أوضاعهم الشرعية، فالمواطنون الصالحون هم الذين يشعرون بالولاء للدولة، ويدفعهم الإحساس بالمسؤولية إلى تأدية واجباتهم. ومن ثمّ هم يحتاجون إلى المهارات المناسبة لهذه المشاركة المدنية (هيتر، 2007: 13 ــ 14).

وبما أن المواطنة ذات معنى قانوني محض، لأنها مشتقة من لفظ مواطن ينتمي لدولة ما، فلا يمكن التعاطي مع المسألة باعتبار المواطن هو إنسان فرد طبيعي مجرد من الصفة القانونية له، ومن هذه البوابة القانونية يجد (Schnapper, 2000: 9-10) بأن المواطن القانوني، يمتلك حقوقاً مدنية وسياسية، ويتمتع بحريات فردية مثل حرية التفكير والتعبير، حرية المغادرة والعودة، الزواج، والتعامل معه على أنه بريء في حال إيقافه من الأمن، وتمكينه من محام للدفاع عنه وتقديمه لمحاكمة وفقاً لقانون عادل ومساوٍ بين كل الفئات، كما أنه يمتلك حقوقاً سياسية مثل المشاركة في الحياة السياسية والترشح للوظائف العامة كافة، بالمقابل على المواطن واجبات مثل احترام القانون والمشاركة في المصروفات والتكاليف العامة بحسب إيراداته، وأيضاً

يقع عليه واجب الدفاع عن مجتمعه الذي يعد عضواً فيه متى ما وجد هذا المجتمع في حال تهديد. إذ إن المواطنة تتفرع لتكون هي مصدر الشرعية السياسية في الدولة.

فالمواطنون كافة التي يتشكل منهم المجتمع، يختارون حكوماتهم عن طريق الانتخابات، فهم بهذه الحالة مصدر السلطات، وهم الذين يبرهنون عن أن القرارات المتخذة عبر الحكام قد وضعت في موضع التنفيذ؛ لأن المواطنين هم الذين يراقبون ويصدقون على قرارات الحكام وأعمالهم عن طريق الانتخابات، لذلك فإن المواطنين (المحكومين) يعون ضرورة استجابتهم وطاعتهم للأنظمة الموضوعة من الحكام؛ لأن هؤلاء الحكام الذين يصدرون الأنظمة والقوانين، هم منتخبون عن طريقهم أصلاً، ويبقون تحت رقابتهم؛ لذلك فإن الجماعة التي يتشكل منها المواطنون هي من يمتلك السيادة (Schnapper, 2000: 10).

ولا تتوقف المواطنة لتكون ذات طابع سياسي قانوني، بل هي أساس العلاقات الاجتماعية بين المواطنين والجماعات في الدولة الديموقراطية الحديثة لأن العلاقات بين البشر فيها لا تقوم على قواعد دينية أو وفقاً لروابط الدم والنسب والسلالة بل هي سياسية محضة، فما تعنيه مقولة "العيش سويا" ليس الاشتراك مع الآخرين في نفس الدين، أو التبعية لنفس الملك أو الخضوع لنفس السلطة، بل اكتساب صفة المواطن المنتمي لنفس التنظيم السياسي، لذلك فإن العلاقات بين البشر تتأسس على الكرامة المتساوية للكل دون تمييز (Schnapper, 2000: 11)

على ضوء تلك المقاربات المفاهيمية للمواطنة علينا أن نطرح التساؤل التالي: ما حالة مفهوم المواطنة في الكويت؟ وما طبيعته؟ لاشك في أنه لا يمكن تناول مفهوم المواطنة بالكويت بقواعده القانونية المباشرة والنظرية أيضاً ما لم نضع المفهوم ذاته في سياقات تاريخية وحديثة مرتبطة بالمعتقدات والقيم التي تمثل نقطة الانطلاق وحجر الأساس لتكوين المفهوم وتطوره مع مرور الزمن، وهنا تحتم ضرورة التحليل أن نميز ما بين قيم المواطنة للمرحلة ما قبل قيام الدولة الدستورية في عام 1962 وما بعدها، لأنها نقطة محورية ومفصلية في التحول السياسي والقانوني والهيكلي لأصل الدولة وقيم المجتمع.

جلّ ما كان يحمله المجتمع الكويتي من قيم للحقبة منذ تأسيسها وحتى قيام الدولة الدستورية، كانت تقوم على ما يسمّى بمفهوم المواطنة العمودية، التي يكتسب الشخص فيها مكانته، وفقاً لهرمية عشائرية ومجتمعية، يشترك بها أهل الصحراء وأهل البحر، إذ ينال الفرد فيها قيمته بالوجود نسبة لأصله العرقي ومكانته المالية، وطبيعة المهنة التي يشتغل بها، وبالطبع انعكس ذلك على طبيعة الحقوق والواجبات التي يفرضها الأمر الواقع على كل المشتركين بتلك الهرمية، فمن هم في أعلى ذلك الهرم سواء كانوا في التنظيم العشائري في الصحراء (مشايخ ومن يشترك في رابطة النسب والدم معهم) أو في عملية الإنتاج البحرية (تجار اللؤلؤ ونقل البضائع وقباطنة السفن)، كانوا يحصلون على قيمة مواطنة فائقة ذات حقوق واسعة، في حين من يقع بأسفل ذلك الهرم الاجتماعي، من أبناء القبائل، الغاصة والعاملين برحلة

الغوص وعامة الناس كانوا يحصلون على حقوق أقل وواجبات تزيدها بكثير، تصل إلى حد رهن الحياة وقيمة الوجود لمن يحتل مكانة أعلى متفوقة على صعيد التسلسل العمودي للعلاقات المجتمعية آنذاك من الطبيعي أن تسود قيم قريبة لما يفسره هيتر عن (المواطنة والهوية الإقطاعية) في ظل عادات وقيم خشنة تنسجم مع خشونة الطبيعة الجغرافية وندرة الموارد الكامنة في قاعها وقساوة طقسها المناخي، لاسيما أن فرص التعليم لم تكن متوافرة للجميع، وإن توافرت فإنها ذات طابع أولي بدائي لا يتجاوز مبادئ القراءة والكتابة ومعرفة الأرقام، وأن الثقافة المهيمنة هي ذات مضمون خرافي وأسطوري مرتبطة بالفهم والتفسير لما يمكن أن تفرزه الطبيعة من فواجع تتجاوز قدرة التفكير البشري المحدود آنذاك.

ومع اكتشاف النفط بكميات تجارية تمكنت الدولة من التوسع الكبير بكل مجالات الحياة التي تمس الفرد الكويتي، ومع تحول أراضيها لبيئة حاضنة للهجرات من البلدان المجاورة لسد النقص السكاني الهائل الذي يواكب تلك الخطط والبرامج النهضوية والإيرادات المالية المرصودة لها، حتّم الظرف التاريخي والواقعي لهذه التطورات بالإضافة لعوامل داخلية وخارجية أن تتغير الفلسفة التي يقوم عليها أصل الدولة بما يتماشى مع تلك المتغيرات الكبرى، وتبنت الكويت الخيار الديموقراطي بقيام تنظيم الدولة على أسس وقواعد قانونية دستورية، تنص المادة السادسة من الدستور لعام 1962 نظام الحكم في الكويت ديموقراطي، السيادة فيه للأمة مصدر السلطات جميعاً وهذا من أهم شروط المواطنة الحديثة إذ لا يمكن أن

تتحقق في ظل أنظمة غير ديموقراطية، يكون فيها الأفراد مواطنين وليسوا رعايا، مواطنون متساوون في الحقوق والواجبات المنصوصة في القوانين دون تمييز المادة 29 الناس سواسية في الكرامة الإنسانية، وهم متساوون لدى القانون في الحقوق والواجبات العامة .لا تمييز بينهم في ذلك بسبب الجنس أو الأصل أو اللغة أو الدين.

فيما يخص قيم المواطنة في الكويت، باتت لدينا ازدواجية واضحة في القيم التاريخية، الأولى، قيم ما قبل الدولة الدستورية تتمظهر في المواطنة الهرمية العمودية التي يكتسب الفرد فيها قيمته المجتمعية والإنسانية بناء على نفوذه المالي وموقعه العرقي والعشائري والوظيفة المناطة به، وهي قيم محلية خاصة بثقافة الجماعة البشرية التي كانت تعيش على الأراضي الكويتية (علاقاتها الاجتماعية وإنتاجها الاقتصادي موروثها الديني والثقافي).

وقيم أخرى نابعة من فلسفة الدولة الدستورية ذات طبيعة كونية إنسانية مدنية حديثة، تتمحور حول (المساواة، الحرية، العدالة، سيادة القانون، حقوق وواجبات متساوية)، التي تهدف لتحقيق المواطنة الأفقية حيث تلغى كافة الفوارق وأطر التمييز مهما كانت طبيعتها ما بين البشر، وتحقق أقصى درجة من المشاركة والاندماج المجتمعي. إذاً يمكننا القول بأن تشكيل مفهوم المواطنة في الكويت بصورته الحديثة هو نتيجة لحالة صراع ومواجهة وتقاطع ما بين قيم ثقافتين: الأولى ثقافة البعض وهي ثقافة تمييز تاريخية غير متساوية خاصة بفئة وجماعة محلية، وثقافة الكل وهي ثقافة مساواة دستورية كونية خاصة بالجماعات والهويات كافة.

لقد كسب مفهوم المواطنة في الكويت بالوقت الراهن أهمية أكثر من أي وقت سبق، وبات محل تداول ثقافي وبرلماني وحكومي وشعبي، ومن الممكن أن نعزو دوافع هذا الاهتمام المتزايد لعدة أسباب أبرزها:

1. بروز الاهتمام الفعلي للمواطن بهويته وثقافته الفرعية (دينية، قبلية، طبقية، مناطقية) التي تترجم روابط الدم والنسب والعضوية التاريخية والمذهبية على حساب هويته الوطنية الكويتية مما خلق أزمة مواطنة وهوية لابد من بحثها والتنقيب عن أسبابها وإعادة صياغتها من جديد.
2. وقد رافق كل ذلك تنامي ضغوطات العولمة الكونية بما أفرزته من مفاهيم وقيم واشتراطات بدت أنها متناقضة مع مصالح واستقرار وهويات الثقافات المحلية للبلدان، وقد قلصت من دور وظيفة الدولة، وغيرت مفهوم السيادة المطلق، وجانست ما بين الثقافات والاهتمامات العالمية وفقاً لما يسمى ببروز المواطنية العولمية.
3. أمام تلك التحديات الكبرى التي أفرزها واقع اقتصاد السوق، وشح الوظائف، وتأخر فرص الحصول على سكن مناسب، وتقاعس آلية الديموقراطية، ودور الصفوة السياسية لعلاجها، ضعف التعاطي الفردي مع قضايا الشأن الوطني، وتراجع دورهم في المشاركة؛ مما خلق أزمة ثقة بين المواطنين والمؤسسات الرسمية انعكست على مفهوم المواطنة في الدولة والمجتمع.

إن محاولة بحث مفهوم المواطنة في الكويت تعتبر ذات خصوصية استثنائية في الوقت الراهن، لأنها بطريقة أخرى محاولة لإعادة اكتشاف ومعرفة الهوية الوطنية والاطلاع على مدى ملاءمتها للمتغيرات التي طرأت على عالم اليوم، فمثلما هو معروف أن المواطنة كالديموقراطية والهوية ليست حالات إستاتيكية ساكنة بل متحركة تعمل وفقاً لآلية التضمين والأبعاد في آن واحد وهما عاملان متناقضان يرافقان المواطنة منذ تأسيسها، فمن جهة نجد الإعلان عن الحقوق غير القابلة للتصرف للمواطنين كافة، ومن جهة أخرى نجد الجنوح الذي تنشده بعض الجماعات للحصول على امتيازات وحقوق خاصة ورفضها تطويع رغباتها للقيود القانونية المفروضة، فهذا التعاطي السياسي المتناقض يعبر عن صراع القيم، الذي نعبر فيه عن احتفالنا بمجتمع مواطنين متساوين، وبنفس الوقت الذي نسعى فيه لخلق هرمية طبقية وامتيازات خاصة للبعض (حسين، 2008).

(2-5): وكالة الأنباء الكويتية (كونا)

بتاريخ 6 أكتوبر عام 1976 صدر مرسوم بقانون يقضي بإنشاء مؤسسة عامة ذات شخصية اعتبارية باسم (وكالة الأنباء الكويتية) وحددت أهداف الوكالة بالعمل على تجميع الأخبار وتوزيعها على المؤسسات الإعلامية والأفراد لتزويدهم بالخدمة الإخبارية الموضوعية غير المتحيزة والأمينة ،وإبراز قضايا الكويت العادلة في المحيط الإقليمي والدولي .

يقع مبنى الوكالة في منطقة الشويخ، بين مبنى الإدارة القنصلية التابع لوزارة الخارجية ومبنى جمعية الهلال الأحمر الكويتي مقابل نادي الكويت الرياضي على امتداد شارع الجهراء.

بلغ عدد العاملين عام 1999 في وكالة الأنباء الكويتية 365 عاملا، ومتوسط عدد أخبار النشرتين العربية والإنجليزية بلغ حوالي 72500 خبر لنفس العام.

وفي نوفمبر من عام 1991 عادت كونا إلى مقرها الدائم في الكويت وبدأت إعادة التأسيس التي اكتملت بحلول عام 1992 لتبدأ في 1991/11/15 ببث خدمتها الأخبارية من جديد .بمعدل 40 خبرا يوميا ليرتفع خلال عام 1999 إلى 42000 خبر. ارتفع عدد موظفي الوكالة من 75 موظفا عام 1978 إلى 365 موظفا عام 1999.

في 10 يونيو من نفس العام زادت ساعات البث إلى 12 ساعة يوميا . ازدادت ساعات البث في 14 أكتوبر من نفس العام إلى 16 ساعة يوميا . في 15 نوفمبر عام 1978 بدأت كونا خدمتها الإخبارية الخارجية باللغة العربية لمدة ثلاث ساعات يوميا تطورت إلى 12 ساعة في اليوم . في 15 فبراير من عام 1979 زادت ساعات البث الخارجي لتصل إلى 16 ساعة يوميا. في 28 نوفمبر من عام 1979 بدأت كونا تقديم خدمة جديدة مخصصة للسفارات وقنصليات الكويت في الخارج، بهدف ربط العاملين في الخارج بأبرز أخبار الكويت من الصحف ونشرة الوكالة ومصادر المعلومات الكويتية الأخرى . بلغ متوسط عدد أخبار النشرة العربية (الداخلية والخارجية) التي تم بثها خلال عام 1978 حوالي 20000 خبرا ، ارتفع خلال أعوام 1984 ، 1985، 1986 و1987

ليصل إلى 50000 خبر. في ديسمبر عام 1994 استحدثت كونا خدمة الأخبار الشخصية وهي خدمة هاتفية تتضمن أخر الأخبار المحلية والعالمية على مدار الساعة .في 15 يناير من عام 1980 بدأت كونا خدمة البث باللغة الإنجليزية داخل الكويت بواقع 12 ساعة يوميا . في 25 فبراير من نفس العام بدأت كونا تقديم خدمتها الإنجليزية خارج الكويت بواقع 10 ساعات يوميا زادت بعد ذلك مدة البث لتصبح 16 ساعة يوميا للبث الخارجي والداخلي.

يتكون الهيكل التنظيمي للوكالة من :

مجلس إدارة

ويتكون من المدير العام للوكالة رئيسا وأربعة أعضاء يعينهم مجلس الوزراء بناء على ترشيح وزير الإعلام . مجلس الإدارة هو السلطة العليا في الوكالة ويناط به رسم الإستراتيجية الإعلامية التي يجب أن تنتهجها الوكالة لتحقيق الأهداف التي من أجلها أنشأت .

قطاع التحرير

يتكون من :

1. إدارة التحرير،

تختص إدارة التحرير بتلقي الأخبار من مكاتبها ومر اسليها في الخارج ومندوبيها المحليين، ومن مصادر مختلفة أجنبية وعربية، وإعادة تحريرها باللغتين العربية والإنجليزية وبثها لمشتركي

الخدمة في الوكالة من صحف ووكالات أنباء ومؤسسات وأفراد، بالإضافة لبث التحليلات والتقارير والاستطلاعات والتحقيقات المحلية والدولية. وتتكون الإدارة من:

- الشؤون المحلية
- الشؤون الدولية
- شؤون النشرات

2. مركز المعلومات والابحاث

يتولى المركز تجميع المعلومات من مختلف المصادر العربية والأجنبية ويقوم بفرزها وتصنيفها في الملفات الخاصة بها، كما يقوم بالتكشيف الإلكتروني لنشرة الوكالة العربية، كما يقوم قسم الأبحاث بكتابة التقارير حول مختلف القضايا الداخلية والخارجية، في الوقت الذي يتولى قسم الترجمة ترجمة أهم التقارير والأبحاث، في حين تتولى المكتبة تزويد العاملين في الوكالة بالكتب والمجلات والدوريات الشهرية والفصلية. ويتكون المركز من أربعة أقسام هي:

- قسم المعلومات
- قسم الأبحاث
- قسم الترجمة
- قسم المكتبة

3. مركز كونا لخدمات التصوير

تقوم الإدارة بالتغطية المصورة لمختلف المناسبات الوطنية والعربية والعالمية، وتزويد وسائل الإعلام العربية والأجنبية بالصور.

4. مكتب التنسيق والمتابعة

والذي يتولى مهمة متابعة نشرات الوكالة العربية والإنجليزية وتقيمها من الناحية المهنية وتقديم الاقتراحات لتطويرها.

قطاع الشؤون المالية والإدارية

يتكون من:

- إدارة تقنية المعلومات، تقوم الإدارة بالإشراف على بث الوكالة لأخبارها العربية والإنجليزية وتتولى عملية ربط الوكالة بوكالات الأنباء العربية والعالمية، كذلك بشبكة الاتصالات المحلية والعالمية، والإشراف على مختلف عمليات الدعم الفني وتطوير الشبكة الداخلية للوكالة، والخارجية عبر الأقمار الاصطناعية .
- إدارة الشؤون الإدارية، تختص هذه الإدارة بتطبيق القوانين واللوائح والقرارات الإدارية والإشراف على شؤون العاملين.
- إدارة الشؤون المالية، ومهمتها اقتراح السياسة المالية للوكالة والإشراف على تنفيذها.

- إدارة التسويق والعلاقات العامة

تتولى إدارة التسويق والعلاقات العامة مسؤولية كافة الأنشطة المتعلقة بتسويق خدمات الوكالة، والتعريف برسالتها وأهدافها وإنجازاتها وذلك على المستويين المحلي والخارجي، إضافة إلى الأنشطة الخاصة بالضيافة والاستقبالات لضيوف وزوار الوكالة، والخدمات الاجتماعية والترفيهية للعاملين بها.

- مركز كونا للتدريب وتطوير القدرات الإعلامية

أسس المركز عام 1995 للمساهمة في بناء كادر إعلامي متميز وتطوير وتدعيم قطاع الإعلام الوطني عن طريق تنمية المهارات الشخصية للعاملين في الوكالة والكويت ودول الخليج العربية من خلال تنظيم الدورات التدريبية والندوات والمحاضرات للإعلاميين الكويتيين والخليجيين.

وهناك العديد من الخدمات التي تقدم عبر موقع كونا على الإنترنت، ومنها:

1. خدمة الشريط الإخباري المتحرك، إذ تتيح هذه الخدمة نقل الشريط الإخباري المتحرك التي تقوم كونا ببثه عبر موقعها الإلكتروني إلى موقع المشترك حيث يحتوى هذا الشريط على أهم الأخبار المنشورة من قبل الوكالة وتطوراتها على مدار الساعة، علماً بأن الحد الأقصى لعدد الأخبار في الشريط الإخباري يبلغ (10) أخبار متنوعة.

2. خدمة أرشيف المعلومات، وهي عبارة عن أرشيف كبير للأخبار والمعلومات بحيث يمكن عن طريق هذه الخدمة البحث في أخبار كونا منذ عام 1998 إضافة إلى الأخبار المنتقاة من الصحف المحلية والعربية والعالمية ومختلف المواقع الإلكترونية وأخبار الإصدارات الخاصة بكونا وترجمات من الصحف الأجنبية.

3. خدمة أرشيف الصور، ويمكن عن طريق هذه الخدمة استرجاع الصور التي قامت الوكالة بعرضها على الموقع سواء الصور الخاصة بالوكالة أو صور بعض وكالات الأنباء العربية والعالمية التي قامت كونا بإبرام إتفاقيات تعاون فيما بينها وذلك عن طريق تحديد الصورة المطلوبة واختيار الفترة الزمنية المطلوبة.

4. خدمة الإعلان، ويقدم موقع الوكالة خدمة الإعلان للجهات التي ترغب بعرض خدماتها عبر موقع كونا بأسعار معتدلة تختلف باختلاف حجم ومكان الإعلان.

(2-6): النظريات المستخدمة في الدراسة الحالية

يرى الباحث أن قدرة وسائل الإعلام في التأثير على ما يؤمن به أفراد المجتمع، يتم عن طريق صياغة الرسائل الإعلامية وبثها عبر وسائل الإعلام المتنوعة بأكثر من قالب إعلامي، وبالنظر إلى طريقة تعامل وسائل الإعلام مع القضايا الاقتصادية، فإنه توجد عدة نظريات إعلامية لتفسير العلاقة بين وسائل الإعلام وبين المجتمع، وضمن هذا الإطار فإنه لا بد من تسليط الضوء على النظريات التي أحاطت بمسألة دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الناس، حيث

اعتمد الباحث على النظريات الإعلامية التي تشرح كيف يمكن استخدام وسائل الإعلام للتأثير على أفراد المجتمع في تبني القضايا والاتجاهات والأفكار التي يريدها القائم بعملية الاتصال، وهذه النظريات هي: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية ترتيب (الأجندة) الأولويات.

أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تتصدر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency نظريات التأثير الإعلامي في هذا النوع من الدراسات، ولا شك أن الفرضية الرئيسة لهذه النظرية تقدم تفسيراً علمياً قوياً لمناسبة تطبيقها على إعلام الأزمات، إذ تفترض هذه النظرية أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته المعرفية وبلورة مواقفه السلوكية في ظروف معينة وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام.

ويرى (الدليمي، 2010: 26) إلى هذه النظرية تستند على مجموعة من الفروض الفرعية وأهمها:

1. اختلاف درجة الاستقرار والتوازن في النظام الاجتماعي يكون نتيجة للتغيرات المستمرة، وتبعًا لهذا الاختلاف فان الحاجة للمعلومات والأخبار تتزايد أو تتناقص تبعا للحاجة لهذه الأخبار والمعلومات، وبالتالي فان الأفراد يكونون أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات في حالة عدم الاستقرار الاجتماعي.

2. يعد النظام الإعلامي حيويا ومهما بالنسبة لأفراد المجتمع حيث تزداد درجة اعتماد الجماهير على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم.

3. تختلف الجماهير في درجة اعتمادها على وسائل الإعلام نتيجة اختلاف حاجاتهم وأهدافهم الفردية والنفسية.

وتمثل حالة عدم الاستقرار في المجتمع حالة استثنائية، حيث انه كلما قلت درجة الاستقرار في المجتمع، زاد اعتماد أفراده على الوسائل الإعلامية، كأداة للتواصل بين السلطة السياسية والرأي العام، ولذلك تصبح هذه العلاقة وثيقة ومؤثرة اوقات الحراك السياسي مهما اختلف النظام السياسي للدولة، حيث تتصدر مؤسسات الدولة التي ترتبط بوسائل الإعلام اوقات الحراك السياسي، من أجل تقديم المعلومات الصحيحة والدقيقة المتعلقة بتأثيرها، وما يمكن ان يحتاجه الجمهور من معلومات وتوجيهات في مثل هذه الظروف والأوقات الصعبة

ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تهتم بمجالات البحث المتخصص في إعلام الأزمات، فقد تعرضت معظم الدراسات العربية لهذه النظرية وجعلتها مرتكزاً للبحث في عدد من الأزمات السياسية والاقتصادية والأمنية التي حدثت في عدد من المجتمعات العربية، حيث إن التراكم المعرفي في مجال إعلام الأزمات، أسهم في بلورة أطر نظرية تستفيد منها الحكومات والمجتمعات في التعامل مع الأزمة ومحاولة تجاوزها.

ثانياً: نظرية ترتيب الأولويات (تحديد الأجندة)

إذ ظهر مصطلح " ترتيب الأولويات" أو "تحديد الأجندة" ***Agenda Setting Theory*** في الولايات المتحدة الأمريكية، وتحديدا في إحدى الجامعات شمال كاليفورنيا، وذلك في دراسة عن دور وسائل الإعلام في حملة الانتخابات الرئاسية لعام 1968، إذ تعد الدراسة التي قام بها كل من (McCombs & Shaw) الدراسة التطبيقية الأولى التي استخدمت ترتيب الأجندة العامة وذلك في عام 1972، حيث وصفت هذه الدراسة الطريقة التي تؤثر فيها وسائل الإعلام في ترتيب الأجندة العامة، وكذلك في تقديم العلاقة بين الأجندة الإعلامية والأجندة العامة، بافتراض أن وسائل الاتصال الجماهيري هي التي تعرفنا بالعالم الذي يحيط بنا وأن أولويات الإعلام تؤثر في أولويات الجمهور وأن العوامل المهمة في الإعلام تصبح مهمة في عقول الجماهير إذا تم تغطيتها من وسائل الإعلام (Soroka, 2002:7).

وفكرة النظرية تقوم على أنه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف تُناقش بناءً على أهميتها، فإن وسائل الإعلام لها جدول أعمالها الخاص التي تحدد الأهم والأقل أهمية من الموضوعات والأحداث، حيث أن الناس يتحدثون في حياتهم اليومية عن الموضوعات أو الأحداث التي تظهر في الوسائل الإعلامية، وبمجرد اختفاء هذه الأحداث من واجهة الصحف، مثلاً، فإن الناس سوف تنساها تدريجياً، ونظرية الأجندة تستند إلى أن لوسائل الإعلام تأثيرا كبيرا على الأفراد والحياة الاجتماعية، حيث ترى

أن وسائل الإعلام هي التي تحدّد المواضيع التي تهتم بها الجماهير وتضعها على أجندتها، وهي تقرر مدى أهمية هذه المواضيع والتغطية الإعلامية الواسعة التي تنالها وتتجاهل مواضيع أخرى لها نفس التأثير والأهمية التي يعطيها الجمهور للموضوع، بمعنى آخر ان وسائل الإعلام هي التي توجه اهتمام الجمهور لمواضيع معينة وبشكل يوحي للجمهور بأهمية هذه المواضيع، وتتجاهل مواضيع أخرى بشكل يوحي للجمهور بأن هذه المواضيع هامشية وعديمة الأهمية (O'Sullivan, et..al, 1994:6) .

وهذه النظرية تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم المجتمع، كما تفترض النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع تغطية جميع الموضوعات، لذا يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، وهذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويقلقون بشأنها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام.

ويرى (O'Sullivan, et..al, 1994:6) أن نظرية الأجندة في وسائل الإعلام تقرر للجمهور بماذا يفكر وبماذا لا يفكر، حيث يوجد ثلاث أجندات هي:

1. الأجندة الإعلامية: وهي جدول الأعمال اليومي لوسائل الإعلام والذي يقرر أي المواضيع التي ستحظى بتغطية إعلامية، أي المواضيع سيتم التشديد عليها وأي المواضيع سيتم تجاهلها وأي المواضيع المتناولة في وسائل الإعلام.

2. الأجندة السياسية: هو جدول الأعمال على المستوى السياسي، أي المواضيع التي يتناولها السياسيون والتي تتوافق مع الحاجات والاحتياجات الوطنية الواسعة أو مصالح ضيقة من المجتمع.

3. الأجندة الجماهيرية: المواضيع التي يتحدث بها الناس فيما بينهم في البيوت.

ويرى (Dearing & Rogers, 1996:22) ان هناك تأثيرات متبادلة بين الأجندات الثلاث وكما يلي:

1. الأجندة الإعلامية تصمم الأجندة الجماهيرية: وذلك نتيجة لقدرتها في التأثير وجذب الجمهور لها.

2. الأجندة الإعلامية تصمم الأجندة السياسية: السياسيون متأثرون جدا بالأجندة الإعلامية لأنهم يعتبرون الأجندة الإعلامية كتعبير للرأي العام.

3. الأجندة السياسية تصمم الأجندة الإعلامية: خاصة في المواضيع المتعلقة بالسياسة والحكومة التي يتوجب على الإعلام تغطيتها بهدف نقل المعلومات للجمهور واطلاعه على ما يجري في الدولة على المستوى السياسي.

4. الأجندة الجماهيرية تصمم الأجندة السياسية: السياسيون يهمهم معرفة الرأي العام ومتأثرون بالجمهور لذلك الجمهور في هذه الحالة يصمم للسياسيين جدول أعمالهم.

5. الأجندة الجماهيرية تصمم الأجندة الإعلامية: هنالك مواضيع على المستوى الجماهيري التي توجب وسائل الإعلام على تغطيتها بسبب أهميتها: مثل الكوارث الطبيعية.

وبسبب اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام، أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية وبالذات الصحافة أهم الوسائل الإعلامية تأثيراً في تشكيل أفكار وآراء الجمهور، وبالتالي تؤثر حتى في تحديد أولويات الجمهور وفيما يظنه مهم أو غير مهم، وذلك بالتركيز على موضوعات معينة أو التعتيم على موضوعات أخرى، مما يجعل الجمهور يتفاعل مع القضايا المثارة إعلامياً و يتناسى أو ينسى القضايا غير المثارة إعلامياً، وهذا ما أثار اهتمام الباحث الإعلامي لازرفيلد في عام 1944 عندما بحث في قدرة وسائل الإعلام الجماهيرية على صياغة وتشكيل أولويات الناس تجاه القضايا المختلفة في المجتمع، بحيث أنه إذا تم التركيز على قضية معينة في الإعلام، فإنها ستحظى بنفس الاهتمام لدى الجمهور، والعكس صحيح (Ronald & Maxwell, 1997:5)

ويلاحظ بأن وسائل الإعلام تحدد للجمهور أهمية المواضيع بالنسبة للجمهور، وهذه الأهمية تظهر إذا تمت تغطية الموضوع أكثر من مرة في وسائل الإعلام، والموقع والمكان الذي ينشر فيه الخبر، فالموضوع الذي ينشر على الصفحات الأولى في الجريدة أو يعرض في بداية

نشرة الأخبار يعد موضوعا مهماً بنظر الجمهور، وبالمقابل فإن التطرق المقتضب (القليل) لقضية معينة يجعلها عديمة الأهمية بنظر الجمهور، فوسائل الإعلام هي التي تلبي حاجات الجمهور المعلوماتية وتوجه اهتمامه وأفعاله نحو قضايا بعينها، فهي التي تطرح الموضوعات، وتقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد، وما الذي ينبغي أن يعرفوه، وما الذي ينبغي أن يشعروه به (الدليمي، 2010: 26).

وحين تقرر وسائل الإعلام تخصيص معظم الوقت والمساحة في التغطية الإخبارية لقضية ما، فإن هذه القضية سوف تكتسب أهمية قصوى لدى الجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل، وإذا ما أردنا أن نسقط هذه النظرية أو أن نوظفها في مواضيع الحراك السياسي، فإننا نستطيع القول بأن الاهتمام في الزمن والمساحة التي تغطيها الصحف للقضايا السياسية، فإنها ستجعل بقية أفراد المجتمع تهتم بهذه القضايا وتتحدث عنها، والعكس صحيح أيضاً، فإنه عندما تهمل وسائل الإعلام إثارة قضايا الحراك السياسي، أو لا تعطيها وقتا ومساحة كافية، فإن اهتمام الجمهور يتلاشى ويختفي لهذه القضايا، وهذا ما يحدث في الواقع، حيث لا تهتم وسائل الإعلام كثيراً في قضايا الحراك السياسي وبالتالي لا نستغرب كثيراً عندما نرى عزوف أفراد المجتمع عن الاهتمام بهذه القضايا.

(2- 7): الدراسات السابقة العربية والأجنبية

الدراسات السابقة العربية والأجنبية

(2- 7- 1): الدراسات العربية

دراسة (السيد، 1998) **بعنوان** "دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات الإخبارية عن الأحداث السياسية الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في التزويد بالمعرفة السياسية". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي في المجتمع المصري على وسائل الاتصال سواء كانت تقليدية أوتفاعلية في الحصول على الأحداث الإخبارية الجارية، ليستطيعوا أن يتخذوا القرارات في الوقت المناسب، وبلغت العينة (350) مفردة،واستخدمت الباحثة المنهج المسحي. وكانت النتائج على النحو التالي: إن هناك اعتماداً اساسياً على التلفزيون في متابعة نشرات الأخبار ومعرفة الأمور السياسية وقد جاءت متابعة البرامج السياسية بالمركز الأول.

دراسة (حسين، 1999) **بعنوان** "الدور التربوي للصحافة المدرسية من واقع رؤية القائمين بالاتصال" هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور التربوي للصحافة المدرسية في المجال السياسي والاقتصادي والاجتماعي والصحي والديني وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدم فيها أداة الاستمارة واختيرت عينة المفردة المقصودة من مدينة سوهاج. وقد توصلت

الدراسة إلى النتائج التالية: انحسار دور الصحافة المدرسية في المجال السياسين فهي قاصرة في تزويد التلاميذ في الوعي السياسي والوعي بالانتماء للوطن.

دراسة (الفقيه، 2000) **بعنوان** "الدور السياسي للتلفزيون في اليمن: دراسة مسحية وميدانية" هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور السياسي الذي يقوم به التلفزيون اليمني، ومدى تأثي المادة الاختبارية والسياسية على معارف الشباب، من خلال تطبيق نظرية وضع الأولويات والتي تفترض أن وسائل الإعلام تلعب دوراً هاماً في تنمية ونشر المعلومات، والمعارف الداخلية والخارجية، والتي تعمل على تدعيم اتجاهات الفرد وانطباعاته وتعمل على توجيه تصرفاته اتجاه القضايا المختلفة.وقد اختار الباحث نوعين من العينات، عينة تحليلة للمضمون الإخباري والسياسي، وعينة تمثل الشباب اليمني، وبلغت العينتان (400) مفردة، واستخدم الباحث استمارة تحليل المضمون لاستبانة الدراسة.

دراسة (عبده، 2004) **بعنوان** " الإعلام السياسي في الصحف المصرية ودوره في تشكيل الرأي العام: دراسة مقارنة بين قائمة اهتمامات الصحف وقائمة اهتمامات الجمهور" هدفت إلى معرفة القضايا والموضوعات السياسية التي تشكل محور اهتمام القارئ، ولمعرفة هل هناك مصادر إعلامية أخرى تتدخل في تشكيل الوعي لدى الجمهور، ولمعرفة عمق المعرفة والوعي السياسي لدى الجمهور المتلقي، ولمعرفة حجم الإقبال على هذه الصحف، والعلاقة بينها وبين الوعي السياسي لدى الجمهور المتلقي. واستخدمت في هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي وأداته

تحليل المضمون، ومنهج المسح الاجتماعي وأداة صحيفة والاستبيان، وتم اختيار عينة قوامها (344) مفردة من اعضاء النقابات المهنية والعمالية في مصر. وقد توصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية: أن القضايا والموضوعات السياسية على الصعيد الإقليمي العربي، قد شغلت الجزء الأكبر من المساحة الكلية للإعلام السياسي في قائمة الاهتمامات للصحف المصرية، وهناك تطابق وتقارب وتوافق شديد بينها وبين اهتمامات الجمهور. وكانت النتائج على النحو التالي: بروز القضايا السياسية اليمينة والدولية في التغطية الإخبارية للتلفزيون اليمني. وارتفاع نسبة مشاهدي التلفزيون اليمني بنسة (83.3). وعزوف نسبة 16٪ من مشاهدة التلفزيون اليمني، وعزى الباحث سبب ذلك العزوف إلى قلة الاهتمام بنوعية المضامين المقدمة للجمهور، وقصور حرفية الإنتاج، كما أشارت الدراسة كذلك إلى ارتفاع نسبة الترض لنشرات الاخبار بنسة (97٪) للتلفزيون اليمني،وعزى ذلك إلى تطور أداء التلفزيون اليمني في الجانب السياسي حيث ارتفعت أسهمه مصدراً مهماً في تزويد الشباب بالمعارف والثقافة السياسية، كما دلت الدراسة إلى أن النقاش بين الصدقاء والأهل وزملاء العمل حول القضايا التي يطرحها التلفزيون تسهم بشكل أساسي في تنمية الوعي والبصيرة السياسية للجمهور اليمني.

دراسة (ريان باريان، 2000) **بعنوان** "دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض" هدفت إلى التعرف على دور هذه الوسائل الإعلامية في التثقيف الصحي للمرأة السعودية، وقد اختار الباحث أحياء مدينة الرياض حسب تقسيمها الجغرافي المعتمد من أمانة مدينة الرياض كمكانٍ لتطبيق الدراسة الميدانية من أجل التعرف على هذه الوسائل الإعلامية

كمصادر للتثقيف الصحي لديها ومدى متابعتها والاستفادة منها، والعلاقة بين مدى الاستخدام ومستوى الوعي الصحي لديها واتجاهاتها لهذا الدور في عملية التثقيف الصحي والعلاقة بين المتغيرات الديموغرافية بالثقافة الصحية والاستخدام لهذه الوسائل. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: أنه عند ترتيب مصادر التثقيف الصحي كما تراه المرأة السعودية جاءت المجلات الطبية في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية التلفزيون بأنواعه، وفي المرتبة الثالثة الصحافة، ثم الإذاعة، ثم الإنترنت والفيديو، كما توصلت الدراسة إلى وجود اختلاف في الاستفادة من وسائل الإعلام في مجال التثقيف الصحي بين وسيلة إعلامية وأخرى وأن هناك عدداً من القيم الصحية التي تمت الاستفادة من وسائل الإعلام في نشرها من خلال التوعية الصحية، ومن حيث مجالات الإشباع المتحقق من متابعة وسائل الإعلام في مجال التثقيف الصحي جاء التنبه لخطورة أمراض الأطفال في المرتبة الأولى ثم مجال توعية الأطفال في المرتبة الثانية ثم فهم الإسعافات الأولية في المرتبة الثالث، وبشكل عام فقد لمس الباحث أن هناك توجهًا ورغبة مقبولة من قبل المرأة السعودية للاستفادة من وسائل الإعلام في مجال التثقيف الصحي وأن جميع المؤشرات ستساعد في تحقيق ذلك خصوصًا مع التوجهات القوية لوسائل الإعلام سواء المرئية أو المقروءة أو المسموعة في تكثيف الاهتمام بالمواد الإعلامية الطبية والصحية من منطلق التفهم لدورها الحيوي في مجال التثقيف الصحي لجميع شرائح المجتمع ومنها المرأة.

دراسة (العوفي، 2006) **بعنوان** "دوافع التعرض للقنوات التليفزيونية المحلية والفضائية والإشباعات المتحققة منها". دراسة ميدانية تتبعيه لثلاث عينات من مدينة الرياض على مدار

خمسة عشر عاماً". تكونت عينة الدراسة من ثلاث عينات من مدينة الرياض على مدى خمس عشرة سنة، تُعنى بالفضائيات استخداماً وإشباعاً وتأثيراً وذلك من خلال دراسات ثلاث بدءاً من عام 1990م وحتى عام 2005م، هدفت للكشف عن أنماط المشاهدة التلفزيونية للقنوات المحلية، والفضائيات: الخليجية والعربية والأجنبية في المملكة ممثلةً في عاصمتها الرياض، والتعرف على استخدامات المشاهد السعودي للفضائيات المختلفة، والإشباعات التي يبحث عنها، وتلك التي تتحقق له جراء مشاهدتها، والتعرف على الفروق في الاستخدامات والإشباعات بين الجمهور والمشاهد خلال سنوات الدراسة، وحسب العينات الثلاث مع إبراز أهم آثار الفضائيات وعلاقاتها بسنوات الدراسة. وتبيان دور الخصائص الديموغرافية، وعلاقتها بالمشاهدة التلفزيونية، والآثار المنبثقة عن ذلك. أظهرت نتائج الدراسة أن حجم المشاهدة للقنوات الفضائية الخليجية والعربية في انخفاض متدرج وبصورة مستمرة، وإن كان يتم بشكل بطيء، كما تؤكد على أن حجم مشاهدة القنوات المحلية في هبوط مستمر وبشكل ملحوظ بالرغم من كل الجهود المبذولة في تحسينها، وأن الجيل الشاب الجديد أكثر متابعة للقنوات الأجنبية، وأن ذلك يتم على حساب الوقت المخصص للقنوات الفضائية المحلية، والخليجية، والعربية، كما أن للقنوات الفضائية تأثيراتها التراكمية المختلفة، ووجود فروق بين كثيفي وخفيفي المشاهدة للقنوات الفضائية، وتؤيد أيضاً أن طبيعة التأثير وحجمه تتعلق بنوعية البرامج المشاهدة أكثر من الارتباط بحجم المشاهدة الكلية.

(2-7-2): الدراسات الأجنبية

دراسة (Gaan Rabble,1993) **بعنوان** "استخدام المراهقين لوسائل الاتصال وتأثيرها على سلوكهم السياسي". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام المراهقين لوسائل الاتصال المختلفة ومدى تأثير ذلك على سلوكهم، ومدى تأثيرها على معرفتهم السياسية من خلال تعرضهم المتكرر لبرامجها السياسية، واجريت هذه الدراسة عينة قوامها (136) مفردة، واعتمدت الدراسة على اعتبارات أن السلوك السياسي هو المتغير التابع، وأن هذا السلوك يلقى على المراهق المسؤولية بضرورة المعرفة والمشاركة في السياسات، وقد استخدمت الدراسة مجموة من المتغيرات وهي (السن، الجنس،التعليم، الدخل). وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن السلوك السياسي للمراهق كالتصويت، والاشتراك في المناقشات السياسية هو المتغير الأساسي في نموذج الاستخدام المتعدد لوسائل الاتصال، حيث كانت نسبة (57.0) وجاء التعليم في المرتبة الثانية بسنبة (23.8) في مساهمته في متغير السلوك السياسي.

دراسة (Steven & Kasleen, 1997) **بعنوان** "دور وسائل الاتصال في تنمية المعلومات السياسية للمراهقين". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الاتصال (إذاعة، صحافة، تلفزيون) في تنمية معلومات المراهقين السياسية، وأثر ذلك عل مستوى الثقافة السياسية للمراهقين. وقد استخدمت الدراسة المنهج المقارن، والاستبيان، والمقابلة كأداة لجمع بيانات الدراسة، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية قوامها (1500) مفردة من المراهقين ذكورا وإناثا في (5) ولايات أمريكية، ممن تتراوح أعمارهم بين (14–18) عاما لإجراء الدراسة عليهم. وقد توصل الباحثان إلى

مجموعة من النتائج أهمها: زيادة تطلعات عينة الذكور نحو المشاركة في الحياة السياسية بنسبة (76.30). مقابل (64.20) لعينة الإناث.

دراسة (Meshal Jvis,1999) **بعنوان** "تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على السلوك السياسي للطلبة". هدفت إلى التعرف على تأثير وسائل الاتصال المطبوعة والمسموعة والمرئية على السلوك السياسي للطالب المراهق الأمريكي، واستخدام الباحث عينة ممثلة للطلبة الامريكين، واستخدام الأسلوب الوصفي المسحي في دراسته. وتوصلت الى مجموعة من النتائج أهمها: أن وسائل الاتصال الجماهيري بصفة عامة لها تأثير كبير على المراهقين الأمريكين، وأن التلفزيون يأتي في مقدمة الوسائل المؤثرة في ذلك. وأما بالنسبة للمعرفة السياسية، فتبين أن الراديو والتلفزيون من أكثر الوسائل تعريفا بالأحداث الجارية، وأن الوسائل المطبوعة تقوم بالتفسير والشرح والتوضيح.

دراسة (Roaz Fames,2002) **بعنوان** "تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات المراهق وسلوكه السياسي". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات المراهق وسلوكه السياسي، وقد انطلقت هذه الدراسة من فرض أساسي مؤداه أن وسائل الاتصال لها تأثير فعال على الاتجاهات السياسية، وعلى المعرفة والإحاطة السياسية بالأحداث، كما أن لها تاثيراً على السلوك السياسي. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: أن زيادة التعرض لوسائل الإعلام تزيد من الدافعية السياسية لدى متلقيها، وتزيد من الاهتمام السياسي لديهن كما تزيد من مشاركتهن السياسية.

دراسة (Elizabeth,2006) **بعنوان** "الأبعاد العاطفية والمعرفية لمشاركة الجمهور في اختيار المحتوى الإعلامي في مؤسسات التلفزيون المحلي". هدفت إلى الكشف عن الأبعاد العاطفية والمعرفية لمشاركة الجمهور في اختيار المحتوى الإعلامي في مؤسسات التلفزيون المحلي. تكونت عينة الدراسة من (305) من المشاهدين الكبار، حيث استخدمت الاستبانة كأداة للدراسة لتحقيق أهداف الدراسة، أظهرت نتائج الدراسة أن مشاركة الجمهور في اختيار المحتوى الإعلامي بزيد من اهتمامهم بالقنوات المحلية التلفزيونية، كما أن هذه المشاركة تعكس حجم المشاعر العاطفية الداخلية التي يكنها جمهور المشاهدين للوطن، كما أن مشاركة جمهور المشاهدين في اختيار المحتوى الإعلامي يعكس الاهتمام، والاعتراف، ويقوم باختبار قوة العلاقة بين المجتمع والتلفزيون.

(2- 8): ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

1. الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد المشكلة البحثية، وأهدافها وتساؤلاتها، والمناهج المستخدمة.
2. الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة، وتوظيفها لخدمة الدراسة الحالية والوقوف على آخر ما توصلت إليه الدراسات السابقة في مجال الإعلام الإلكتروني.
3. الاطلاع على فئات تحليل المضمون في الدراسات السابقة، والاستفادة منها بما يتلاءم مع موضوع الدراسة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

الطريقة والإجراءات

(3- 1) : المقدمـــــة

(3- 2) : منهج الدراسة المتبع

(3- 3) : مجتمع الدراسة وعينتها

(3- 4) : المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة

(3- 5) : أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات

(3- 6) : المعالجات الإحصائية المستخدمة

(3- 7) : صدق أداة الدراسة وثباتها

(3-1): المقدمـــــة

مثل التطور في وسائل الاتصال والإعلام في النصف الثاني من القرن الماضي قفزات كبيرة الأمر الذي هيأ المناخ لظهور وسائل اتصال قادرة على أن تعبر عن روح العصر الذي شهد عولمة كل شيء ومن أبرز هذه الوسائل الاتصالية المتطورة ذات الصلة بالصناعة الإلكترونية وسائل الإعلام الإلكترونية (الدليمي، 2011)

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة بيان دور وسائل الإعلام الإلكترونية "وكالة الأنباء كونا" نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت.

ويتضمن هذا الفصل على منهج الدراسة المتبع، ومجتمع الدراسة وعينتها، ووصف المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، وأدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات، والمعالجات الإحصائية المستخدمة وكذلك فحص صدق أداة الدراسة وثباتها.

(3-2): منهج الدراسة المتبع

تعد الدراسة الحالية دراسة تطبيقية، تعتمد على المنهج الوصفي والتحليلي، وذلك من خلال المسح الميداني باستخدام الاستبانة التي تم إعدادها من قبل الباحث كأداة للحصول على المعلومات التي يحتاجها الجانب التطبيقي للدراسة. وبهذا استخدم الباحث المنهج الوصفي الذي

يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة، بهدف جمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضيات (النعيمي، وآخرون، 2009: 238).

(3-3): مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في وكالة الأنباء الكويتية (كونا) في الكويت والبالغ عددهم (550) بواقع (350) موظفاً و (200) موظفة.

ولتحديد العينة من مجتمع الدراسة تم الاعتماد على أسلوب العينة الملاءمة (Convenience Sample) وهي العينة التي يكون فيها اختيار وحدات المجتمع على أساس السهولة والملاءمة من خلال توفر الأشخاص المراد توزيع الاستبانة عليهم (النعيمي، وآخرون، 2009). وتم تحديد عدد أفراد عينة الدراسة بما مجمله (220) فرداً. وقد تم توزيع (220) استبانة، استرد منها ما مجمله (191) استبانة، استبعد منها (11) استبانة لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي، وبهذا يصبح عدد الاستبانات الصالحة لعملية التحليل الإحصائي ما مجمله (180) استبانة.

(3-4): المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة

الجدول (3 ــ 1) يبين المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة (الجنس ، المؤهل العلمي ، العمر ، الخبرة ، والمنصب الوظيفي)، حيث يتضح أن 56% هم من الذكور، وأن 44% هم من الإناث. ومن حيث المؤهل العلمي فقد تبين أن 98% هم ممن يحملون درجة البكالوريوس، وأن 2% هم من حملة درجة الماجستير. ومن حيث متغير العمر فقد تبين أن 28% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تقل أعمارهم عن 30 سنة. وأن 50% هم تتراوح أعمارهم من 31–40 سنة. وأن 22 % من أفراد عينة الدراسة هم ممن تزيد أعمارهم عن 41. وتبين أن 17% من المبحوثين هم ممن تقل خبرتهم عن 5 سنوات، وأن 22% هم ممن تتراوح عدد سنوات خبرتهم 6 – 10 سنوات. وأن 28% هم ممن تتراوح عدد ينوات خبرتهم من 11 – 15 سنة. وأخيراً، فإن 33% هم ممن تزيد خبرتهم عن 16 سنة. وما يرتبط بمتغير المنصب الوظيفي فقد أظهرت النتائج أن 6% من أفراد عينة الدراسة هم من المديرين التنفيذيين. وأن 11 % من أفراد عينة الدراسة هم من رؤساء الأقسام، وان ما مجمله 83 % من أفراد عينة الدراسة هم من فئة الموظفين باختلاف طبيعة أعمالهم.

الجدول (3ـ1)

يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديمغرافية

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
1	الجنس	ذكور	100	56
		أنثى	80	44
المجموع			180	100
2	المؤهل العلمي	بكالوريوس	177	98
		ماجستير	3	2
		دكتوراه	-	-
المجموع			180	100
3	العمر	أقل من 30 سنة	50	28
		من 31–40 سنة	90	50
		41 سنة فأكثر	40	22
المجموع			180	100
4	الخبرة	5 سنوات	30	17
		من 6– 10 سنوات	40	22
		من 11– 15 سنة	50	28
		16 سنة فأكثر	60	33
المجموع			180	100
5	المنصب الوظيفي	مدير عام	-	-
		مدير تنفيذي	10	6
		رئيس قسم	20	11
		موظف	150	83
المجموع			180	100

(3- 5): أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات

تكونت الدراسة الحالية من جانبين ؛ جانب نظري وآخر تطبيقي، ففي الجانب النظري تم التطرق إلى معظم المفاهيم والمبادئ العلمية ذات العلاقة بالموضوع، أما في الجانب التطبيقي فقد لجأ الباحث إلى المنهج الوصفي والتحليلي الذي هدف إلى معرفة بيان دور وسائل الإعلام الإلكترونية "وكالة الأنباء كونا" نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت، وذلك باستخدام الاستبانة، بهدف جمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضيات. وتعتمد الدراسة في جمع البيانات وأساليب تحليلها والبرامج المستخدمة من خلال:

- الكتب والدوريات والرسائل الجامعية ؛ وذلك بهدف بناء الإطار النظري للدراسة.
- الاستبانة، التي تم إعدادها خصيصاً لجمع البيانات والمعلومات التي تتعلق بموضوع الدراسة من مجتمع الدراسة. وشملت الاستبانة على عدد من العبارات تعكس أهداف الدراسة وأسئلتها، للإجابة عنهما من قبل المبحوثين.

(3- 6): المعالجات الإحصائية المستخدمة

للإجابة عن أسئلة الدراسة وإختبار فرضياتها قام الباحث باللجوء إلى الرزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية Statistical Package for Social Sciences (SPSS) باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- اختبار الاتساق الداخلي Cronbach Alpha للتحقق من ثبات الاستبانة
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية من أجل الإجابة عن أسئلة الدراسة ومعرفة الأهمية النسبية.
- الأهمية النسبية ، الذي تم تحديده طبقاً للمقياس الآتي:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى للبديل} - \text{الحد الأدنى للبديل}}{\text{عدد المستويات}}$$

$$\frac{5-1}{3} = \frac{4}{3} = 1.33$$

وبذلك تكون الأهمية المنخفضة من 1 – أقل من 2.33

والأهمية المتوسطة من 2.33 – 3.66

والأهمية المرتفعة من 3.67 فأكثر.

- اختبار T لعينة واحدة لاختبار فرضيات الدراسة.

(3-7): صدق أداة الدراسة وثباتها

أ) الصدق الظاهري

تم عرض الإستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (4) أساتذة من أعضاء الهيئة التدريسية متخصصين في الإعلام وأسماء المحكمين بالملحق رقم (1)، وقد تم الاستجابة لآراء

المحكمين وتم إجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرجت الاستبانة في صورتها النهائية كما موضح بالملحق رقم (2).

ب) ثبات أداة الدراسة

قام الباحث بتطبيق صيغة Cronbach Alpha لغرض التحقق من ثبات أداة الدراسة على درجات أفراد العينة ، وعلى الرغم من أن قواعد القياس في القيمة الواجب الحصول عليها غير محددة ، إلا أن الحصول على (Alpha ≥ 0.60) يعتبر في الناحية التطبيقية للعلوم الانسانية بشكل عام أمراً مقبولاً (Sekaran, 2003). وقد بلغ معامل Cronbach Alpha لثبات الاستبانة ما نسبته (0.927)، ويدل مؤشر كرونباخ ألفا أعلاه على تمتع إداة الدراسة بصورة عامة بمعامل ثبات عال وبقدرتها على تحقيق أغراض الدراسة وفقاً لـ (Sekaran, 2003).

الـفصل الرابع

نتائج التحليل واختبار الفرضيات

(4-1) : المقدمـــــة

(4-2) : التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الدراسة

(4-3) : اختبار فرضيات الدراسة

(4-1): المقدمـــــة

يستعرض هذا الفصل التحليل الإحصائي لنتائج استجابة أفراد عينة الدراسة من خلال عرض المؤشرات الإحصائية الآولية لإجاباتهم من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لكل فقرة، كما يتناول الفصل اختبار فرضيات الدراسة والدلالات الإحصائية الخاصة بكل منها.

(4-2): التوزيع التكراري لاجابات عينة الدراسة عن أسئلة الدراسة

لوصف قيم المواطنة (قيم الانتماء ؛ قيم الولاء ؛ قيم الهوية ؛ قيم المساواة ؛ قيم العدالة ؛ قيم الديمقراطية) في دولة الكويت، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والاختبار التائي "t" للتحقق من معنوية الفقرة وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجداول (4ـ1) ؛ (4ـ2) ؛ (4ـ3) ؛ (4ـ4) ؛ (4ـ5) ؛ (4ـ6).

جدول (4ـ1): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t لقيم الانتماء لدى العاملين في وكالة الأنباء الكويتية كونا

ت	قيم الانتماء	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	*Sig مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	تسهم وكالة الأنباء الكويتية(كونا) كطاقة علمية كاشفة في مستوى الحياة الاجتماعية برمتها	3.53	0.84	8.478	0.000	6	متوسطة
2	تسهم وكالة الأنباء الكويتية(كونا) في تربية الفرد ليكون شخصية إجتماعية	3.43	0.88	6.535	0.000	8	متوسطة
3	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في توجيه سلوك الفرد وتحدد تصرفاته في ميادين العمل الوطني	3.36	0.98	4.949	0.000	10	متوسطة
4	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا على غرس الانتماء للجماعة في داخل الفرد	4.03	0.99	13.951	0.000	2	مرتفعة
5	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في تنمية الفطرة الإنسانية المتجذرة في مبدأ أنه مخلوق بشري في أمس الحاجة إلى الآخرين كإحدى الوسائل التي تشعر المواطن بأهمية الانتماء الوطني	4.00	1.11	12.102	0.000	4	مرتفعة
6	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في زيادة انتماء الفرد للقبيلة التي تنتمي الأسرة إليها.	2.44	1.02	7.343	0.000	11	متوسطة
7	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في زيادة انتماء الفرد للأرض التي يعيش على ترابها	4.28	1.20	14.332	0.000	1	مرتفعة
8	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعزيز انتماء المواطن للوطن في الداخل والخارج	4.03	1.33	10.397	0.000	2	مرتفعة
9	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في زيادة انتماء الفرد للدولة الذي يقدم له الاستقرار والحياة الآمنة والكثير من متطلبات الحياة العصرية	3.89	1.45	8.209	0.000	5	مرتفعة
10	تهتم وكالة الأنباء الكويتية / كونا بالتربية الوطنية التي تعلم الإنسان أن يكون حرًا خيرًا في وطن تسود فيه الحرية والديمقراطية	3.39	1.30	4.012	0.000	9	متوسطة
11	تساعد وكالة الأنباء الكويتية المواطنين على التخلص من مظاهر الاغتراب بعناصره السلبية وغير المرغوبة مثل اللامبالاة الفردية والعنف والعدوان والإرهاب والاتكالية وعدم تحمل المسؤولية	3.44	1.17	5.103	0.000	7	متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لقيم الانتماء	3.62	1.11				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \le 0.05)$ (1.653).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالإستناد إلى الوسط الإفتراضي للفقرة والبالغ (3).

يشير الجدول (4ـ1) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بقيم الانتماء. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (2.44 ــ 4.28). فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في زيادة انتماء الفرد للأرض التي يعيش على ترابها**" بمتوسط حسابي بلغ (4.28) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.62)، وانحراف معياري بلغ (1.20)، فيما حصلت الفقرة "**تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في زيادة انتماء الفرد للقبيلة التي تنتمي الأسرة إليها**" على المرتبة الحادية عشرة والأخيرة بمتوسط حسابي (2.44) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.62) وانحراف معياري (1.02).

ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات افراد عينة الدراسة حول قيم الانتماء بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول قيم الانتماء. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية ، حيث نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم يكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لقيم الانتماء حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية قيم الانتماء من وجهة نظر عينة الدراسة كانت متوسطة.

كما يشير الجدول (4ـ2) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بقيم الولاء. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.78ـ 4.64). فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**تحث وكالة الأنباء الكويتية/ كونا المواطنين على المشاركة في احتفالات الوطن ومناسباته**

الدينية والوطنية والقومية" بمتوسط حسابي بلغ (4.64) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (4.16)، وانحراف معياري بلغ (0.75)، فيما حصلت الفقرة "**تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في تجسيد مشاعر الحب والمسؤولية والبذل والعطاء والتضحية من اجل رفعة الوطن ونصرته**" على المرتبة الحادية عشرة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.78) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.16) وانحراف معياري (1.36).

ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات افراد عينة الدراسة حول قيم الولاء بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول قيم الولاء. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية ، حيث نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم يكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لقيم الولاء حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية قيم الولاء من وجهة نظر عينة الدراسة كانت مرتفعة. ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات افراد عينة الدراسة حول قيم الولاء بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول قيم الولاء. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية ، حيث نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم يكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لقيم الولاء حيث كانت كافة

مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية قيم الـولاء من وجهة نظر عينة الدراسة كانت متوسطة.

جدول (4ـ2): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t لقيم الولاء لدى العاملين في وكالة الأنباء الكويتية كونا

ت	قيم الولاء	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
12	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في غرس جملة المشاعر والأحاسيس والسلوك الايجابية التي يحملها الفرد تجاه وطنه	4.16	0.93	16.626	0.000	5	مرتفعة
13	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في تجسيد مشاعر الحب والمسؤولية والبذل والعطاء والتضحية من اجل رفعة الوطن ونصرته	3.78	1.36	7.672	0.000	11	مرتفعة
14	تحفز وكالة الأنباء الكويتية كونا المواطنين من أجل الحفاظ على استقرار الوطن والتضحية من أجله	3.97	1.31	9.995	0.000	8	مرتفعة
15	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في بث روح التعاون مع أبناء الوطن	3.81	1.22	8.829	0.000	10	مرتفعة
16	تعمل وكالة الأنباء الكويتية على زيادة الفخر والاعتزاز بتاريخ الوطن ورموزه ومقدساته	4.50	0.87	23.173	0.000	3	مرتفعة
17	تحث وكالة الأنباء الكويتية/ كونا المواطنين على المشاركة في احتفالات الوطن ومناسباته الدينة والوطنية والقومية	4.64	0.75	29.196	0.000	1	مرتفعة
18	تحث وكالة الأنباء الكويتية/ كونا المواطنين على العمل بكل إخلاص	4.06	1.13	12.508	0.000	6	مرتفعة
19	تحث وكالة الأنباء الكويتية/ كونا المواطنين على الدراسة بجد واجتهاد	4.03	1.04	13.216	0.000	7	مرتفعة
20	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعريف المواطنين بتاريخ الوطن ورموزه. وجغرافيته وماضيه وحاضره	4.25	1.12	15.000	0.000	4	مرتفعة
21	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعزيز دور الحكومة في تحقيق الحياة الآمنة المستقرة للمواطنين، وتوفير الخدمات لهم	4.53	0.93	22.037	0.000	2	مرتفعة
22	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في توليد دافع داخلي يجعل الفرد يشعر بالطمأنينة عندما يكون جزء من كل، ومن ثم يشعر بالضياع إن كان خارج ذلك الكل	4.03	1.24	11.128	0.000	7	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لقيم الولاء	4.16	1.08				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (1.653).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالإستناد إلى الوسط الإفتراضي للفقرة والبالغ (3).

ويبين الجدول (4ـ3) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بقيم الهوية. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.07 ــــ 4.25). فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعزيز مفهوم الهوية وتوظيفه للدلالة على ظواهر معنوية إنسانية**" بمتوسط حسابي بلغ (4.25) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.65)، وانحراف معياري بلغ (1.07)، فيما حصلت الفقرة "**تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تنمية وحدة من العناصر المادية والنفسية المتكاملة التي تجعل الشخص يتمايز عما سواه ويشعر بوحدته الذاتية**" على المرتبة الثامنة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.07) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.65) وانحراف معياري (1.23). ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات افراد عينة الدراسة حول قيم الهوية بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول قيم الهوية. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية ، حيث نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم يكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لقيم الهوية حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية قيم الهوية من وجهة نظر عينة الدراسة كانت متوسطة.

جدول (4ـ3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t لقيم الهوية لدى العاملين في وكالة الأنباء الكويتية كونا

ت	قيم الهوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
23	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تنمية وحدة من المشاعر الداخلية التي تتمثل في الشعور بالاستمرارية والتمايز	3.28	1.37	2.720	0.000	7	متوسطة
24	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تنمية وحدة من العناصر المادية والنفسية المتكاملة التي تجعل الشخص يتمايز عما سواه ويشعر بوحدته الذاتية	3.07	1.23	.727	0.000	8	متوسطة
25	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في إيجاد تصورات ومشاعر ذاتية ايجابية حول الذات نفسها	3.50	1.12	5.983	0.000	4	متوسطة
26	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في إيجاد قيم مستقرة مبنية على قناعة بأن أعمال المرء وقيمه ذات علاقة متناغمة	3.44	1.26	4.730	0.000	6	متوسطة
27	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في اكساب الفرد شعوراً بالكلية وبالاندماج وبمعرفة ما هو خطأ وما هو صواب	4.14	1.14	13.435	0.000	2	مرتفعة
28	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعزيز مفهوم الهوية وتوظيفه للدلالة على ظواهر معنوية إنسانية	4.25	1.07	15.719	0.000	1	مرتفعة
29	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في اثبات هوية المجتمع وتسهم في منح أفراده مشاعر الأمن والاستقرار والطمأنينة	4.00	1.25	10.727	0.000	3	مرتفعة
30	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في غرس هوية مشتركة تمثل مصالح الجماعة بانتماءاتها الطبيعية المختلفة	3.50	1.43	4.698	0.000	4	متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لقيم الهوية	3.65	1.23				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.653).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالإستناد إلى الوسط الإفتراضي للفقرة والبالغ (3).

كما يظهر الجدول (4ــ4) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بقيم المساواة. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.39ــ 4.25). فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**تسهم وكالة الأنباء الكويتية في الرفع من شأن الإنسان وقيمه الحميدة**" بمتوسط حسابي بلغ (4.25) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.49)، وانحراف معياري بلغ (1.07)، فيما حصلت الفقرة "**تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعريف المواطنين بمفهوم المواطنة**" على المرتبة السادسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.39) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.49) وانحراف معياري (1.16). ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات افراد عينة الدراسة حول قيم المساواة بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول قيم المساواة. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية ، حيث نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم يكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لقيم المساواة حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية قيم المساواة من وجهة نظر عينة الدراسة كانت متوسطة.

جدول (4ـ4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t لقيم المساواة لدى العاملين في وكالة الأنباء الكويتية كونا

ت	قيم المساواة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
31	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعريف المواطنين بمفهوم المواطنة	3.39	1.16	4.480	0.000	6	متوسطة
32	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعريف الفرد بالمواطنة المتساوية أي قيمة إنسانية تتساوق مع الأنظمة الاجتماعية العادلة والفاضلة	2.94	1.31	2.576	0.000	4	متوسطة
33	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تخليص الفرد من الخضوع للأنظمة العبودية والقمعية	2.89	1.25	2.197	0.000	5	متوسطة
34	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في دعم حالة التماثل بين الأفراد في المجتمع أمام القانون بصرف النظر عن المولد أو الطبقة الاجتماعية	3.61	1.26	6.523	0.000	3	متوسطة
35	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في الرفع من شأن الإنسان وقيمه الحميدة	4.25	1.07	15.719	0.000	1	مرتفعة
36	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في مساعدة المواطنين التعرف على حقوقهم وواجباتهم	3.86	1.01	11.472	0.000	2	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لقيم المساواة	3.49	1.18				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (1.653).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالإستناد إلى الوسط الإفتراضي للفقرة والبالغ (3).

ويبين الجدول (4ـ5) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بقيم العدالة. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.11ـــ4.14). فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في غرس مفهوم العدل الذي يدعوا إلى الحكم بحسب القانون والمواقف**" بمتوسط حسابي بلغ (4.14) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.59)،

وانحراف معياري بلغ (0.98)، فيما حصلت الفقرة "**تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعريف المواطنين بمفهوم العدالة القانونية والانصاف**" على المرتبة الثالثة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.11) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.59) وانحراف معياري (1.41). ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات افراد عينة الدراسة حول قيم العدالة بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول قيم العدالة. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، حيث نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم يكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لقيم العدالة حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية قيم العدالة من وجهة نظر عينة الدراسة كانت متوسطة.

جدول (4ـ5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t لقيم العدالة لدى العاملين في وكالة الأنباء الكويتية كونا

ت	قيم العدالة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
37	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في غرس مفهوم العدل الذي يدعوا إلى الحكم بحسب القانون والمواقف	4.14	0.98	15.609	0.000	1	مرتفعة
38	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا على ضرورة إعطاء كل إنسان ما يستحق	3.53	1.43	4.960	0.000	2	متوسطة
39	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعريف المواطنين بمفهوم العدالة القانونية والإنصاف	3.11	1.41	3.196	0.000	3	متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لقيم العدالة	3.59	1.27				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (1.653).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالإستناد إلى الوسط الإفتراضي للفقرة والبالغ (3).

وأخيراً، يظهر الجدول (4ــــ6) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بقيم الديمقراطية. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.00ــــ 4.03). فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**تشجع وكالة الأنباء الكويتية كونا على التجديد والتغيير والخلق والإبداع والمبادأة وعلى المشاركة الحقيقية في شؤون المجتمع**" بمتوسط حسابي بلغ (4.03) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.53)، وانحراف معياري بلغ (1.19)، فيما حصلت الفقرة "**تعمل وكالة الأنباء الكويتية على تعزيز مبدأ الحرية والمساواة والعدالة**" على المرتبة التاسعة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.00) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.53) وانحراف معياري (1.16). ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول قيم الديمقراطية بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول قيم الديمقراطية. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، حيث نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم يكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لقيم الديمقراطية حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية قيم الديمقراطية من وجهة نظر عينة الدراسة كانت متوسطة.

جدول (4ـ6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t لقيم الديمقراطية لدى العاملين في وكالة الأنباء الكويتية كونا

ت	قيم الديمقراطية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
40	تعمل وكالة الأنباء الكويتية كعامل موجه أساسه مشاركة الأفراد لبعضهم في الشؤون الحياتية	3.83	1.12	9.972	0.000	3	مرتفعة
41	تعمل وكالة الأنباء الكويتية على إعطاء الفرصة لأعضاء المجتمع للمشاركة بحرية في القرارات التي تخص كل مجالات حياتهم	3.39	1.34	3.885	0.000	7	متوسطة
42	تعمل وكالة الأنباء الكويتية على تعزيز مبدأ الحرية والمساواة والعدالة	3.00	1.16	2.567	0.000	9	متوسطة
43	تؤكد وكالة الأنباء الكويتية على احترام كرامة الإنسان وقيمه وذاته وعقله وحقوقه وحرياته العامة	3.06	1.31	2.945	0.000	8	متوسطة
44	تؤكد وكالة الأنباء الكويتية على ضرورة توفير المناخ النفسي والاجتماعي والسياسي الذي يسمح بحرية الرأي والنقد النزيه	3.66	1.06	8.343	0.000	4	متوسطة
45	تشجع وكالة الأنباء الكويتية كونا على التجديد والتغيير والخلق والإبداع والمبادأة وعلى المشاركة الحقيقية في شؤون المجتمع	4.03	1.19	11.556	0.000	1	مرتفعة
46	تؤكد وكالة الأنباء الكويتية كونا على حق المواطن في أن يجد حريته الملتزمة وإنسانيته ويجد تقديره وتلبية احتياجاته المعقولة	3.50	1.35	4.978	0.000	5	متوسطة
47	تسعى وكالة الأنباء الكويتية على التخلص من مظاهر التعصب والعنصرية والفوارق الحادة بين فئات الشعب	3.86	1.06	10.888	0.000	2	مرتفعة
48	تسعى وكالة الأنباء الكويتية على تخليص المواطنين من التبعية في الأنظمة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية	3.47	1.31	4.855	0.000	6	متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لقيم الديمقراطية	3.53	1.21				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (1.653).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالإستناد إلى الوسط الإفتراضي للفقرة والبالغ (3).

(4-3) : اختبار فرضيات الدراسة

عمل الباحث في هذا الجانب على اختبار فرضيات الدراسة ، حيث تركزت مهمة هذه الفقرة على اختبار مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة من خلال استخدام اختبار T لعينة واحدة، وذلك كما يلي :

الفرضية الرئيسة : **لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت عند مستوى دلالة** ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام T لعينة واحدة للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت ، وكما هو موضح في الجدول (4ـــ7).

جدول (4ـــ7)

نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة
دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت	3.71	1.09	8.755	1.653	179	0.000

يوضح الجدول (4ــ7) نتيجة دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، إذ بلغت قيمة T المحسوبة (8.755) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بالمقارنة مع قيمة T الجدولية البالغة (1.653). وعليه ترفض الفرضية العدمية، وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وللتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم المواطنة (قيم الانتماء؛ قيم الولاء؛ قيم الهوية؛ قيم المساواة؛ قيم العدالة؛ قيم الديمقراطية) في دولة الكويت، تم تجزئة الفرضية الرئيسة إلى ست فرضيات فرعية، وكما يلي:

الفرضية الفرعية الاولى: لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية/وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الانتماء في دولة الكويت عند مستوى دلالة مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام T لعينة واحدة للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الانتماء في دولة الكويت، وكما هو موضح في الجدول (4ـ8).

جدول (4ـ8)

نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الانتماء في دولة الكويت

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة
دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الانتماء في دولة الكويت	3.62	1.11	7.996	1.653	179	0.000

يوضح الجدول (4ـ8) نتيجة دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الانتماء في دولة الكويت. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم

الانتماء في دولة الكويت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، إذ بلغت قيمة T المحسوبة (7.996) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بالمقارنة مع قيمة T الجدولية البالغة (1.653). وعليه ترفض الفرضية العدمية، وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الانتماء في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية/وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الولاء في دولة الكويت عند مستوى دلالة مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام T لعينة واحدة للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الولاء في دولة الكويت، وكما هو موضح في الجدول (4ـ9).

جدول (4ــ9)

نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الولاء في دولة الكويت

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة
دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الولاء في دولة الكويت	4.16	1.08	15.049	1.653	179	0.000

يوضح الجدول (4ــ9) نتيجة دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الولاء في دولة الكويت. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الولاء في دولة الكويت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، إذ بلغت قيمة T المحسوبة (15.049) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بالمقارنة مع قيمة T الجدولية البالغة (1.653). وعليه ترفض الفرضية العدمية، وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الولاء في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الفرعية الثالثة : لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية/وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الهوية في دولة الكويت عند مستوى دلالة مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام T لعينة واحدة للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الهوية في دولة الكويت، وكما هو موضح في الجدول (4ــ10).

جدول (4ــ10)

نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الهوية في دولة الكويت

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة
دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الهوية في دولة الكويت	3.65	1.23	7.331	1.653	179	0.000

يوضح الجدول (4ــ10) نتيجة دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الهوية في دولة الكويت. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم

الهوية في دولة الكويت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، إذ بلغت قيمة T المحسوبة (7.331) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بالمقارنة مع قيمة T الجدولية البالغة (1.653). وعليه ترفض الفرضية العدمية، وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الهوية في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية/وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم المساواة في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام T لعينة واحدة للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم المساواة في دولة الكويت، وكما هو موضح في الجدول (4ـ11).

جدول (4ــ11)

نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم المساواة في دولة الكويت

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة
دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم المساواة في دولة الكويت	3.49	1.18	5.865	1.653	179	0.000

يوضح الجدول (4ــ11) نتيجة دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم المساواة في دولة الكويت. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم المساواة في دولة الكويت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، إذ بلغت قيمة T المحسوبة (5.865) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بالمقارنة مع قيمة T الجدولية البالغة (1.653). وعليه ترفض الفرضية العدمية، وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم المساواة في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الفرعية الخامسة: لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية/وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم العدالة في دولة الكويت عند مستوى دلالة مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام T لعينة واحدة للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم العدالة في دولة الكويت، وكما هو موضح في الجدول (4ــ12).

جدول (4ــ12)

نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم العدالة في دولة الكويت

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة
دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم العدالة في دولة الكويت	3.59	1.27	6.446	1.653	179	0.000

يوضح الجدول (4ــ12) نتيجة دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم العدالة في دولة الكويت. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم

العدالة في دولة الكويت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، إذ بلغت قيمة T المحسوبة (6.446) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بالمقارنة مع قيمة T الجدولية البالغة (1.653). وعليه ترفض الفرضية العدمية، وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم العدالة في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الفرعية السادسة: لا يوجد هناك دور لوسائل الإعلام الإلكترونية/وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الديمقراطية في دولة الكويت عند مستوى دلالة مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام T لعينة واحدة للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الديمقراطية في دولة الكويت، وكما هو موضح في الجدول (4ـ13).

جدول (4ـ13)

نتائج اختبار T للتحقق من دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الديمقراطية في دولة الكويت

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	T الجدولية	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة
دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الديمقراطية في دولة الكويت	3.53	1.21	6.177	1.653	179	0.000

يوضح الجدول (4ـ13) نتيجة دور وسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الديمقراطية في دولة الكويت. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الديمقراطية في دولة الكويت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، إذ بلغت قيمة T المحسوبة (6.177) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بالمقارنة مع قيمة T الجدولية البالغة (1.653). وعليه ترفض الفرضية العدمية، وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الديمقراطية في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفصل الخامس

الاستنتاجات والتوصيات

(5 - 1) : المقدمـــــة

(5 - 2) : النتائج

(5 - 3) : الاستنتاجات

(5 - 4) : التوصيات

(5-1): المقدمـــــة

يُكرس هذا الفصل لاستعراض أهم النتائج وهو ما تختص به فقرة النتائج. وفي ضوء النتائج تأتي الاستنتاجات والتوصيات وما يعتقده الباحث صواباً.

(5-2): النتائج

1. ظهر مستوى أهمية قيم الانتماء من وجهة نظر عينة الدراسة بدرجة متوسطة.
2. تبين أن مستوى أهمية قيم الولاء من وجهة نظر عينة الدراسة متوسطة.
3. أظهرت النتائج أن مستوى أهمية قيم الهوية من وجهة نظر عينة الدراسة متوسطة.
4. بينت النتائج أن مستوى أهمية قيم المساواة من وجهة نظر عينة الدراسة متوسطة.
5. تبين ان مستوى أهمية قيم العدالة من وجهة نظر عينة الدراسة متوسطة.
6. أظهرت النتائج أن مستوى أهمية قيم الديمقراطية من وجهة نظر عينة الدراسة متوسطة.
7. تبين وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).
8. تبين وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الانتماء في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

9. أظهرت النتائج وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الولاء في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

10. بينت النتائج وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الهوية في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

11. تبين وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم المساواة في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

12. أشارت النتائج إلى وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم العدالة في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

13. أظهرت النتائج وجود دور لوسائل الإعلام الإلكترونية / وكالة الأنباء الكويتية (كونا) نموذجاً في تعزيز قيم الديمقراطية في دولة الكويت عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

(5- 3) : الاستنتاجات

1. إن ثورة الاتصال التي أحدثها الإنترنت غدت اليوم من أهم الوسائل التي تستعملها القوى السياسية المستنيرة لتحرير الشعوب من الاستبداد والظلم السياسي والاقتصادي والاجتماعي.
2. السياسة الإعلامية هي انعكاسات فعليه للسياسة العامة لكنها تختلف عنها وفقاً لطبيعة العمل الإعلامي ورسم الخطط وتنفيذها.

3. إن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال غيرت أنماطاً كثيرة من حياة الناس واضافت اعباءً جديدة لا سيما على الحريات ذلك لأن هذه الابتكارات والاختراعات الحديثة.

4. تعتبر وسائل الإعلام في المحيط السياسي، بمثابة حارسة البوابة والناقلة للأفكار والقضايا ذات الصفة الشرعية.

5. إن قوة وسائل الإعلام الإلكتروني تكمن في السيطرة على مصادر معلومات معينة

6. تمثل المواطنة الأساس في العلاقات الاجتماعية بين المواطنين والجماعات في الدولة الديموقراطية الحديثة.

(5-4): التوصيات

1. تعزيز استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في وكالة الأنباء الكويتية كونا لما لها من أهمية في لتحرير الشعوب من الاستبداد والظلم السياسي والاقتصادي والاجتماعي.

2. الاهتمام اكثر بوسائل الإعلام الإلكتروني في وكالات الأنباء الكويتية لأهميتها في تناقل الأفكار والقضايا ذات الصفة الشرعية.

3. غرس ثقافة المواطنة بين المواطنين والجماعات في دولة الكويت التي تتمتع بديموقراطية حديثة وذلك من خلال توضيح مضامينها.

4. قيام الجهات ذات العلاقة بتنظيم ورش عمل تتعلق بالإعلام الإلكتروني والمواطنة لما لهما من أهمية في توعية الشعب تجاه القضايا المرتبطة بالسياسة الإعلامية والتحول نحو الديمقراطية.

قائمة المراجع

أولاً : المراجع العربية

ثانياً : المراجع الأجنبية

أولاً : المراجع العربية

1. أبو زيد، علا (1995). **المرأة المصرية والعمل العام: رؤية مستقبلية:** مركز الدراسات السياسية بكلية الاقتصاد، القاهرة.

2. أبو عرجة، تيسير (2000). **الإعلام العربي: تحديات الحاضر المستقبل في عصر المعلومات.** (ط1): مكتبة مجدلاوي، القاهرة.

3. انطاكي، مصطفى (2005). رؤى واستشرافات مستقبلية حول الإعلام. مركز الدراسات الاستراتيجية، دمشق.

4. باريان، احمد ريان(2000). دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، السعودية.

5. بشير، ميسون كساب لافي(2007). **أثر الإعلام في الأراضي المحتلة على تكوين الوعي السياسي لدى طلبةالجامعة الفلسطينية: نموذج مقترح لبناء المواطنة الصالحة**، رسالة دكتواره غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

6. حسين، أحمد (1999). الدور التربوي للصحافة المدرسية من واقع رؤية القائمين بالاتصال دراسة تقويمية، **مجلة كلية الآداب**، الجزء الثاني، سوهاجك.

7. حواتمة، عادل (2004). **دور الإعلام في التنشئة السياسية مع دراسة لحالة الإعلام الأردني كمنوذج، رسالة ماجستير غير منشورة في العلوم السياسية**، الجامعة الأردنية، عمان. الأردن.

8. الدليمي، عبدالرزاق (أ)، (2011)، الإعلام: إشكاليات التخطيط والممارسة. دار جرير عمان الاردن.

9. الدليمي، عبدالرزاق (ب)، (2011)، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية.دار وائل عمان الاردن

10. الدليمي، عبدالرزاق (ج)، (2011)، الإعلام والمعلوماتية. دار المسيرة عمان الاردن.

11. الدليمي، عبدالرزاق (د)، (2011)، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية. دار الثقافة عمان الاردن.

12. الدناني، عبد الملك ردمان(2001). **الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت : دراسة لمعرفة إستخداماتها في مجال الإعلام**، دار الراتب الجامعية، بيروت.

13. السيد، ليلى حسين (1998). دور **وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات الإخبارية عن الأحداث السياسية الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في التزويد المعرفية السياسية**، دراسة مسحية على ثلاث جامعات مصرية، رسالة ماجستيرغير منشورة، جامعة عين شمس، قسم الإعلام.

14. شحاته، حسن (2001). **التعليم الجامعي بين النظرية والتطبيق**، مدينة نصر: أمون.

15. العازمي، سامي رجعان عايض أوقيان الجويسري (2008). **قيم المواطنة ودورها في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة الكويتية دراسة ميدانية على طالبات جامعة الكويت**، رسالة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان.

16. عبده عزيزه (2004). **الإعلام السياسي في الصحف المصرية ودوره في تشكيل الرأي العام: دراسة مقارنة بين قائمة اهتمامات الصحف وقائمة اهتمامات الجمهور**، (ط1). دار الفجر للنشر. القاهرة.

17. العوفي، عبداللطيف بن دبيان (2006). دوافع التعرض للقنوات التليفزيونية المحلية والفضائية والاشباعات المتحققة منها " دراسة ميدانية تتبعيه لثلاث عينات من مدينة الرياض على مدار خمسة عشر عاماً" الإنتاج البرامجي وتليفزيونات الخليج.. سلسلة دراسات وبحوث تليفزيونية جهاز تليفزيون الخليج.

18. الفقيه، محمد عبد الوهاب (2000). **الدور السياسي للتلفزيون في اليمن**، دراسة مسحية وميدانية، مكتبة مدبولي، القاهرة.

19. لافي بشير، ميسون كساب(2007). **أثر الإعلام في الأراضي المحتلة على تكوين الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية: أنموذج مقترح لبناء المواطنة الصالحة**، رسالة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان.

20. ناصر، ابراهيم (2005). **أسس التربية**، دار عمان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

21. ناصر، إبراهيم عبد الله (2003). المواطنة، مكتبة الرائد العلمية: عمان.

22. هلال، علي الدين (1986). **الديمقراطية وحقوق الإنسان في الوطن العربي**، مكتبة لبنان، بيروت.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Dearing, J. W., & Rogers, E. M, (1996), “Agenda-setting”, Thousand Oaks, CA: Sage.
2. Donald, Shaw & Maxwell, McCombs, (1997), “Communication and Democracy: Exploring the Theoretical Frontiers in Agenda Setting Theory”, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
3. Elizabeth M. Perse (2006). Involvement with Local Television News Cognitive and Emotional Dimensions, Human Communication Research, Vol.16 Issue 4, Pag 556 – 581.
4. Gaan Rabbl (1993). Using of Adolescence Mass Communication and its effect on their political, Behavior Journalism Quarterly, Vol 76(4-5). 12-17.
5. Macdonald, L (2003). Traditional Approaches To Citizenship Education Globalization, To Wards A Peace Education Frame Work. A Doctorate Dissertation. Dalhousie University. Canada.
6. Mechal, Javis (1999). The effects of Mass Communication of political Behaviors to adolescence, Journalism Quarterly, Vol. 45(5-6), 23-24.
7. O'Sullivan, Tim et. Al, (1994), “Key Concepts in Communication and Cultural Studies”, London: Routledge.
8. Packenham Robert A., (1964), “Approaches to the Study of Political Development”, Princeton University
9. Pey, Lucian W, and others, (1971), “Crises and Sequences in Political Development”, Princeton University.

10. Roaz James (2002). The Effect of Mass Communication on political Behaviors' and attitudes for adolescent. Educational Review Vol. 16(11) 15-20.

11. Sonia, Livingstone, (1996), “On the Continuing problem Media Effects”, in Mass Media and Society, 2nd ed, London, UK.

12. Soroka, Stuart, (2002), “Agenda-Setting Dynamics in Canada”, University of British Columbia Press.

13. Steven and Kasleen. (1997). The Role of Mass Communication to Develop political, Information for adolescence, Educational Review, Vol. 34(7). 562.

قـائمة الملاحق

أولاً : قائمة بأسماء محكمي الاستبانة

ثانياً : أداة الدراسة (الاستبانة)

أولاً : قائمة بأسماء محكمي الاستبانة

الرقم	اللقب العلمي والاسم	التخصص	الجامعة
1	أ.د . حميدة سميسم	الإعلام	الشرق الأوسط
2	د . عبدالكريم الدبيسي	إعلام	البترا
3	د . محمد صاحب	إعلام	البترا
4	د . كامل خورشيد	الإعلام	الشرق الأوسط

ثانياً : أداة الدراسة (الاستبانة)

بسم الله الرحمن الرحيم

استبانة بحث ميداني

الأخ المستجيب / الأخت المستجيبة

تحية طيبة

تهدف هذه الاستبانه إلى دراسة " **دور وسائل الإعلام الإلكترونية "وكالة الأنباء كونا" نموذجاً في تعزيز مفاهيم المواطنة في دولة الكويت**". نرجو التفضل بقراءة بنود وفقرات الاستبانة بدقة وتوخي الدقة في اختبار الإجابة المناسبة من وجهة نظركم، وأن هذه الدراسة سرية لا تحتاج لذكر الاسم وهي لأغراض البحث العلمي راجياً بالتفضل بالإطلاع والإجابة عن كافة أسئلة الاستبانة.

مع خالص الشكر والتقدير.

الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة

(1) الجنس

ذكر	☐	أنثى	☐

(2) المؤهل العلمي

بكالوريوس	☐	ماجستير	☐
دكتوراه	☐		

(3) العمر

أقل من 30 سنة	☐	من 31– 40 سنة	☐
41 سنة فأكثر	☐		

(4) الخبرة

5 سنوات	☐	من 6– 10 سنوات	☐
من 11– 15 سنة	☐	16 سنة فأكثر	☐

(5) المنصب الوظيفي

مدير عام	☐	مدير تنفيذي	☐
رئيس قسم	☐	موظف	☐

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات قيم المواطنة

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً
قيم الانتماء						
1	تسهم وكالة الأنباء الكويتية(كونا) كطاقة علمية كاشفة في مستوى الحياة الاجتماعية برمتها					
2	تسهم وكالة الأنباء الكويتية(كونا) في تربية الفرد ليكون شخصية إجتماعية					
3	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في توجيه سلوك الفرد وتحدد تصرفاته في ميادين العمل الوطني					
4	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا على غرس الانتماء للجماعة في داخل الفرد					
5	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في تنمية الفطرة الإنسانية المتجذرة في مبدأ أنه مخلوق بشري في أمس الحاجة إلى الآخرين كإحدى الوسائل التي تشعر المواطن بأهمية الانتماء الوطني					
6	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في زيادة انتماء الفرد للقبيلة التي تنتمي الأسرة إليها.					
7	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في زيادة انتماء الفرد للأرض التي يعيش على ترابها					
8	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعزيز انتماء المواطن للوطن في الداخل والخارج					
9	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في زيادة انتماء الفرد للدولة الذي يقدم له الاستقرار والحياة الآمنة والكثير من متطلبات الحياة العصرية					
10	تهتم وكالة الأنباء الكويتية / كونا بالتربية الوطنية التي تعلم الإنسان أن يكون حرًا خيرًا في وطن تسود فيه الحرية والديمقراطية					
11	تساعد وكالة الأنباء الكويتية المواطنين على التخلص من مظاهر الاغتراب بعناصره السلبية وغير المرغوبة مثل اللامبالاة الفردية والعنف والعدوان والإرهاب والاتكالية وعدم تحمل المسؤولية					

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً
قيم الولاء						
12	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في غرس جملة المشاعر والأحاسيس والسلوك الايجابية التي يحملها الفرد تجاه وطنه					
13	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في تجسيد مشاعر الحب والمسؤولية والبذل والعطاء والتضحية من اجل رفعة الوطن ونصرته					
14	تحفز وكالة الأنباء الكويتية كونا المواطنين من أجل الحفاظ على استقرار الوطن والتضحية من أجله					
15	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في بث روح التعاون مع أبناء الوطن					
16	تعمل وكالة الأنباء الكويتية على زيادة الفخر والاعتزاز بتاريخ الوطن ورموزه ومقدساته					
17	تحث وكالة الأنباء الكويتية/ كونا المواطنين على المشاركة في احتفالات الوطن ومناسباته الدينية والوطنية والقومية					
18	تحث وكالة الأنباء الكويتية/ كونا المواطنين على العمل بكل إخلاص					
19	تحث وكالة الأنباء الكويتية/ كونا المواطنين على الدراسة بجد واجتهاد					
20	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعريف المواطنين بتاريخ الوطن ورموزه. وجغرافيته وماضيه وحاضره					
21	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعزيز دور الحكومة في تحقيق الحياة الآمنة المستقرة للمواطنين، وتوفير الخدمات لهم					
22	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في توليد دافع داخلي يجعل الفرد يشعر بالطمأنينة عندما يكون جزءا من كل، ومن ثم يشعر بالضياع إن كان خارج ذلك الكل					
قيم الانتماء						
23	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تنمية وحدة من المشاعر الداخلية التي تتمثل في الشعور بالاستمرارية والتمايز					
24	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تنمية وحدة من العناصر المادية والنفسية المتكاملة التي تجعل الشخص يتمايز عما سواه ويشعر بوحدته الذاتية					
25	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في إيجاد تصورات ومشاعر ذاتية ايجابية حول الذات نفسها					

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً
قيم الولاء						
26	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في إيجاد قيم مستقرة مبنية على قناعة بأن أعمال المرء وقيمه ذات علاقة متناغمة					
27	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في اكساب الفرد شعوراً بالكلية وبالاندماج وبمعرفة ما هو خطأ وما هو صواب					
28	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعزيز مفهوم الهوية وتوظيفه للدلالة على ظواهر معنوية إنسانية					
29	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في اثبات هوية المجتمع وتسهم في منح أفراده مشاعر الأمن والاستقرار والطمأنينة					
30	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في غرس هوية مشتركة تمثل مصالح الجماعة بانتماءاتها الطبيعية المختلفة					
قيم المساواة						
31	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعريف المواطنين بمفهوم المواطنة					
32	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعريف الفرد بالمواطنة المتساوية أي قيمة إنسانية تتساوق مع الأنظمة الاجتماعية العادلة والفاضلة					
33	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تخليص الفرد من الخضوع للأنظمة العبودية والقمعية					
34	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في دعم حالة التماثل بين الأفراد في المجتمع أمام القانون بصرف النظر عن المولد أو الطبقة الاجتماعية					
35	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في الرفع من شأن الإنسان وقيمه الحميدة					
36	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في مساعدة المواطنين التعرف على حقوقهم وواجباتهم					
قيم العدالة						
37	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا في غرس مفهوم العدل الذي يدعوا إلى الحكم بحسب القانون والمواقف					
38	تسهم وكالة الأنباء الكويتية كونا على ضرورة إعطاء كل إنسان ما يستحق					
39	تسهم وكالة الأنباء الكويتية في تعريف المواطنين بمفهوم العدالة القانونية والإنصاف					

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً
قيم الولاء						
40	تعمل وكالة الأنباء الكويتية كعامل موجه أساسه مشاركة الأفراد لبعضهم في الشؤون الحياتية					
41	تعمل وكالة الأنباء الكويتية على إعطاء الفرصة لأعضاء المجتمع للمشاركة بحرية في القرارات التي تخص كل مجالات حياتهم					
42	تعمل وكالة الأنباء الكويتية على تعزيز مبدأ الحرية والمساواة والعدالة					
43	تؤكد وكالة الأنباء الكويتية على احترام كرامة الإنسان وقيمه وذاته وعقله وحقوقه وحرياته العامة					
44	تؤكد وكالة الأنباء الكويتية على ضرورة توفير المناخ النفسي والاجتماعي والسياسي الذي يسمح بحرية الرأي والنقد النزيه					
45	تشجع وكالة الأنباء الكويتية كونا على التجديد والتغيير والخلق والإبداع والمبادأة وعلى المشاركة الحقيقية في شؤون المجتمع					
46	تؤكد وكالة الأنباء الكويتية كونا على حق المواطن في أن يجد حريته الملتزمة وإنسانيته ويجد تقديره وتلبية احتياجاته المعقولة					
47	تسعى وكالة الأنباء الكويتية على التخلص من مظاهر التعصب والعنصرية والفوارق الحادة بين فئات الشعب					
48	تسعى وكالة الأنباء الكويتية على تخليص المواطنين من التبعية في الأنظمة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية					